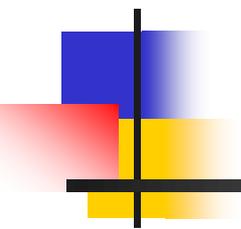
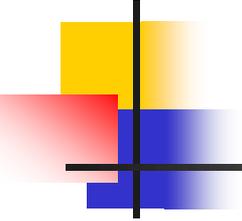


# Общение с «трудными» клиентами



Сизова Ольга Робертовна, к.п.н., доцент  
Карельского филиала РАНХиГС

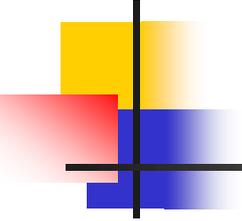
Петрозаводск, 2014 г.



# Трудный клиент

---

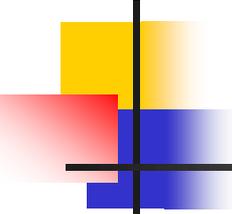
- Само определение «**трудный**» — это вызывающий **напряжение**, требующий определенных усилий
- Одни и те же клиенты для кого-то порой бывают трудными, а для кого-то легкими



# Типы «трудных» клиентов

---

- Можно выделить несколько **ТИПОВ** трудных клиентов, каждый из которых характеризуется особым поведением
- Знание этих **индикаторов** (позы, жесты, мимика) поможет сотрудникам понять, клиент какого типа перед ними, и правильно **выбрать** стиль общения



# 1. Чрезмерно словоохотливый клиент

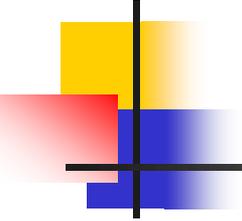
---

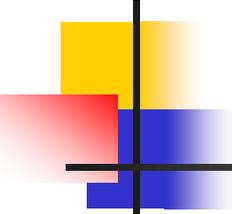
- Он выдает большое количество информации о себе, безусловно, позитивно — ее можно использовать для выяснения **скрытой потребности клиента** в покупке или услуге
- С другой стороны, такой клиент
  - а) **отнимает** очень большое количество **времени**, порой используя сотрудника как бесплатного психоаналитика;
  - б) **отпугивает** других клиентов, которые хотели бы обратиться к сотруднику с вопросом или просьбой, но, видя, что тот занят с клиентом и, похоже, надолго, не хотят ждать и уходят;
  - в) **утомляет** сотрудника;
  - г) вполне может **ничего** не купить, не воспользоваться услугой, удовлетворившись одним лишь духовным общением

## 2. Молчаливый клиент

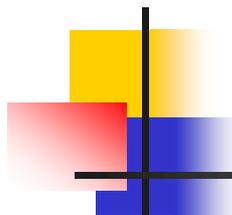
- Сотруднику очень трудно вступить с ним в контакт, еще сложнее этот контакт поддерживать и совсем тяжело подвести клиента к определенному решению
- Такой клиент:
  - а) **отнимает** немалое количество времени — из-за того, что сотруднику приходится буквально клещами **вытягивать** из него информацию относительно его пожеланий;
  - б) вынуждает сотрудника проводить очень широкую презентацию товара или услуги;
  - в) **предоставляет** сотруднику крайне мало (и невербальной) «обратной связи»;
  - г) **редко высказывает** сомнения, возражения, критические замечания, предпочитая все свои соображения держать при себе, следовательно, сотрудник не знает, с каким **конкретно негативным материалом** ему надо работать;
  - д) уходя, оставляет в душе сотрудника **чувство раздражения**, которое тому потом нелегко удержать и не выплеснуть на следующего клиента

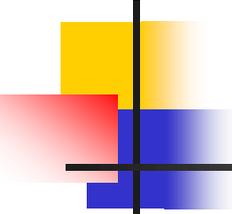
# 3. Скандальный клиент

- 
- Именно скандальный, а не агрессивный, то есть проблема не в том, что у клиента болит зуб, он поругался с женой или получил нагоняй от начальника, а теперь срывает свои неприятности на том, кто попался под горячую руку, — в данном случае речь идет именно **о склочности характера.**
  - Такой клиент:
    - а) **привлекает** всеобщее внимание своим поведением и высказываниями, нанося при этом **вред** имиджу организации;
    - б) **дестабилизирует** обстановку вокруг себя, а иногда, если совсем разбушует, наносит и материальный ущерб организации;
    - в) вызывает у сотрудника сильнейшие отрицательные чувства (раздражение, злость, ярость), которые тот, будучи на работе, проявить по отношению к скандалисту не может; следствием этого для сотрудника является **психологический стресс**, а для организации — снижение качества профессиональной деятельности этого сотрудника

- 
- 
- В работе с каждым из этих **ТИПОВ** есть свои **особенности**, и сотрудникам необходимо научиться не только определять тип клиента, но и подстраиваться под **определенный стиль общения** с каждым из них

# Общие правила, которым необходимо неукоснительно следовать:

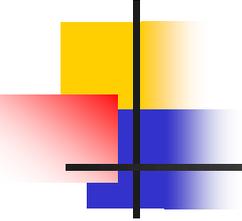
- 
- 
- во-первых, **будьте вежливы**
  - при этом важно **не занимать оборонительную позицию**
  - очень важное умение в работе с трудными клиентами — **не воспринимать их слова и действия на свой счет.** Сотрудник, будучи лицом организации, становится для клиента каналом общения, через него клиент сообщает свое настроение, свои ожидания. Если клиент заявляет: «Вы тут вообще работать не умеете!», то не думайте, что он имеет в виду конкретно вас
  - **никого не обвинять и не перекладывать вину на других.** Слова вроде «Я в тот день не работал» для клиента равнозначны «Мне на тебя наплевать»



Часто мы сами провоцируем клиента на то, чтобы он стал для нас «трудным»

---

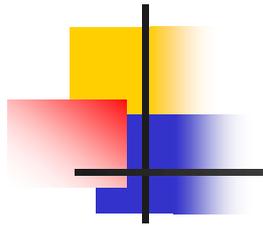
- **Невнимание** сотрудника к клиенту как личности и неумение понять, что ему действительно нужно
- **Назойливость** сотрудника и различные формы «впаривания»
- **Высокомерное отношение** к клиенту
- Наоборот, стремление максимально «**прогнуться**» под клиента, выполнить **ЛЮБОЙ** его каприз. После этого клиент обычно «**садится на шею**»
  - **Некомпетентность** сотрудника



---

# Этапы работы с «трудными» клиентами

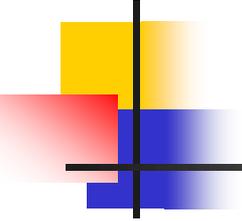
# Этап 1: ОПТИМИЗАЦИЯ УРОВНЯ НАПРЯЖЕНИЯ



- Дать клиенту прежде всего выговориться, **«выпустить пар»**
- **Заинтересованность**
- Важно в этот момент **не перебивать**, т. к. клиент может сделать вывод, что его проблемы для вас **неважны**, и вы — не то лицо, в компетенцию которого входит решение вопроса

## Этап 2: ВЕРБАЛИЗАЦИЯ, ЭМПАТИЯ, РАППОРТ. ТЕХНИКИ СОГЛАСИЯ

- На следующем этапе клиенту обязательно надо показать, что вы не только внимательны, слышите его проблемы, но и настроены на их **РЕШЕНИЕ**
- Существует множество **техник раппорта** («присоединения») к состоянию клиента:
  - вербальные (использование одобрительных утверждений «да-да», «конечно», «я вас понимаю»)
  - невербальные (мимика, жесты, движения).  
Заинтересованное выражение лица
- **Искренность**, открытая моторика (движения «от себя», плавные широкие жесты; демонстрация внутренней стороны ладоней; периодически смотрите прямо в глаза клиенту)
- **Самое главное — вы должны действовать искренне!**

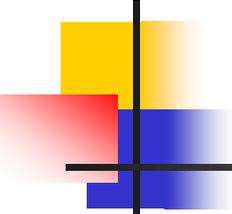


## Этап 3: ОБЩНОСТЬ С ПАРТНЕРОМ

---

- Используйте в своей речи слова - «объединители». Например, «вместе с вами», «мы с вами». Подсознательно клиент воспринимает такие фразы как положительный сигнал о **принятии его проблемы**, как переход от слов к действиям
- При этом не стоит забывать о том, что это все-таки деловая беседа. Не забывайте соблюдать разумную дистанцию, не допускайте нетактичности, панибратства
- Очень важен **темп** вашей **речи**. Старайтесь говорить медленнее собеседника — и постепенно вы заметите, как накал переговоров начинает стабилизироваться

## Этап 4: ВЕС И ЗНАЧИМОСТЬ ПАРТНЕРА

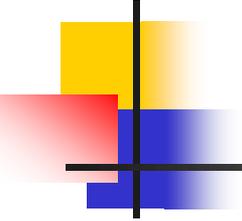


---

- Возможно применение следующих приемов:

- **персонификация** общения. Чаще обращайтесь к клиенту **по имени**

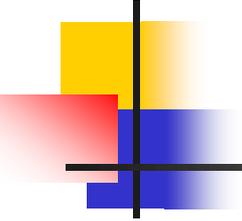
- утвердительные высказывания. Например: «Для меня очень важно ваше мнение», «Вы озвучили очень важную проблему», «Очень важно об этом услышать от вас: как я понял из нашего диалога, вы — компетентный специалист». Не забывайте о комплиментах.



## Этап 5: ПРИЗНАНИЕ ВАШЕЙ НЕПРАВОТЫ

---

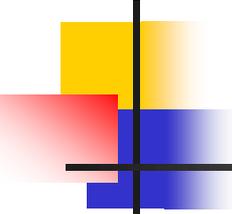
- Это очень **СИЛЬНАЯ** позиция в переговорах. Если вы выберете защитную тактику, или, что еще хуже, тактику нападения, вы вместо «трудного» клиента рискуете получить «**потерянного**» клиента. А, как известно, на привлечение нового клиента организация тратит в несколько раз больше средств, чем на удержание уже работающего клиента



## Этап 6: КОНКРЕТНЫЕ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

---

Важно уметь вести переговоры **конструктивно**. Если вы пройдёте все предыдущие стадии, но ограничитесь **неконкретным** обещанием «Я полностью понял вашу проблему, и мы постараемся решить ее», у вашего собеседника сложится самое наихудшее впечатление о вашей компетентности и, что самое худшее, о вашей организации в целом

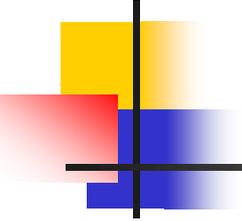


# Структура «Ты-высказывание»

---

- **Обвинение** («Вы меня обманули...», «Вы меня подвели» и т.п.) => вызывает желание защищаться
- **Обобщение** («Всегда», «Как обычно», «Никогда» и т.п.) => также вызывает защитную реакцию
- **Оценки личности, оценки действий** («Вы никчемный работник», «Вы сдали паршивый отчет» и т.п.) => вызывает желание защищаться

# Структура «Я-высказывание»

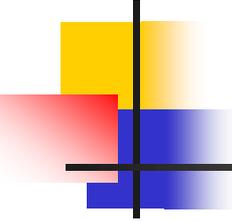


---

- **Чувства** («Я расстроен....», «Я вне себя от гнева...», « Я раздражена...» и т.п.)
- **Конкретные факты, вызывающие эти чувства** (без оценок и обобщений!!!)
- **Желаемый исход в будущем + предупреждение о возможных санкциях**



**Правила поведения  
в конфликте:**



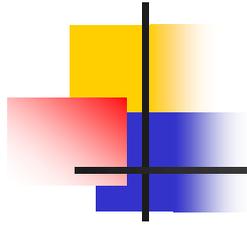
---

**1. Дайте партнеру “выпустить пар”**

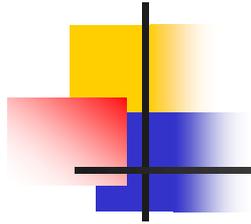
**2. Потребуйте от него спокойно обосновать претензии**

**3. Сбивайте агрессию неожиданными приемами**

**4. Не давайте ему отрицательных оценок, а говорите о своих чувствах**



- 5. Попросите сформулировать желаемый конечный результат и проблему как цепь препятствий**
- 6. Предложите клиенту высказать свои соображения по разрешению возникшей проблемы и свои варианты решения**
- 7. В любом случае дайте партнеру "сохранить свое лицо"**
- 8. Отражайте как эхо смысл его высказываний и претензий**



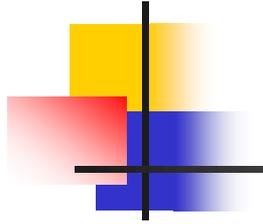
---

**9. Держитесь как на острие ножа в позиции  
“на равных”**

**10. Не бойтесь извиниться, если чувствуете  
свою вину**

**11. Ничего не надо доказывать**

**12. Забудьте первым**



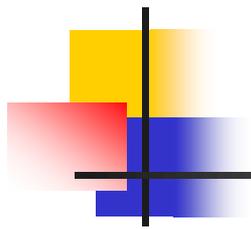
---

**13. Не характеризуйте состояние оппонента**

**14. Уходя, не хлопайте дверью**

**15. Говори, когда партнер остыл**

**16. Независимо от результата разрешения  
противоречия старайтесь не разрушать  
отношения**



Спасибо за внимание!