

E-LEARNING

Επίπεδο 2



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

WA06: Εξυπηρέτηση Επισκεπτών/Πελατών

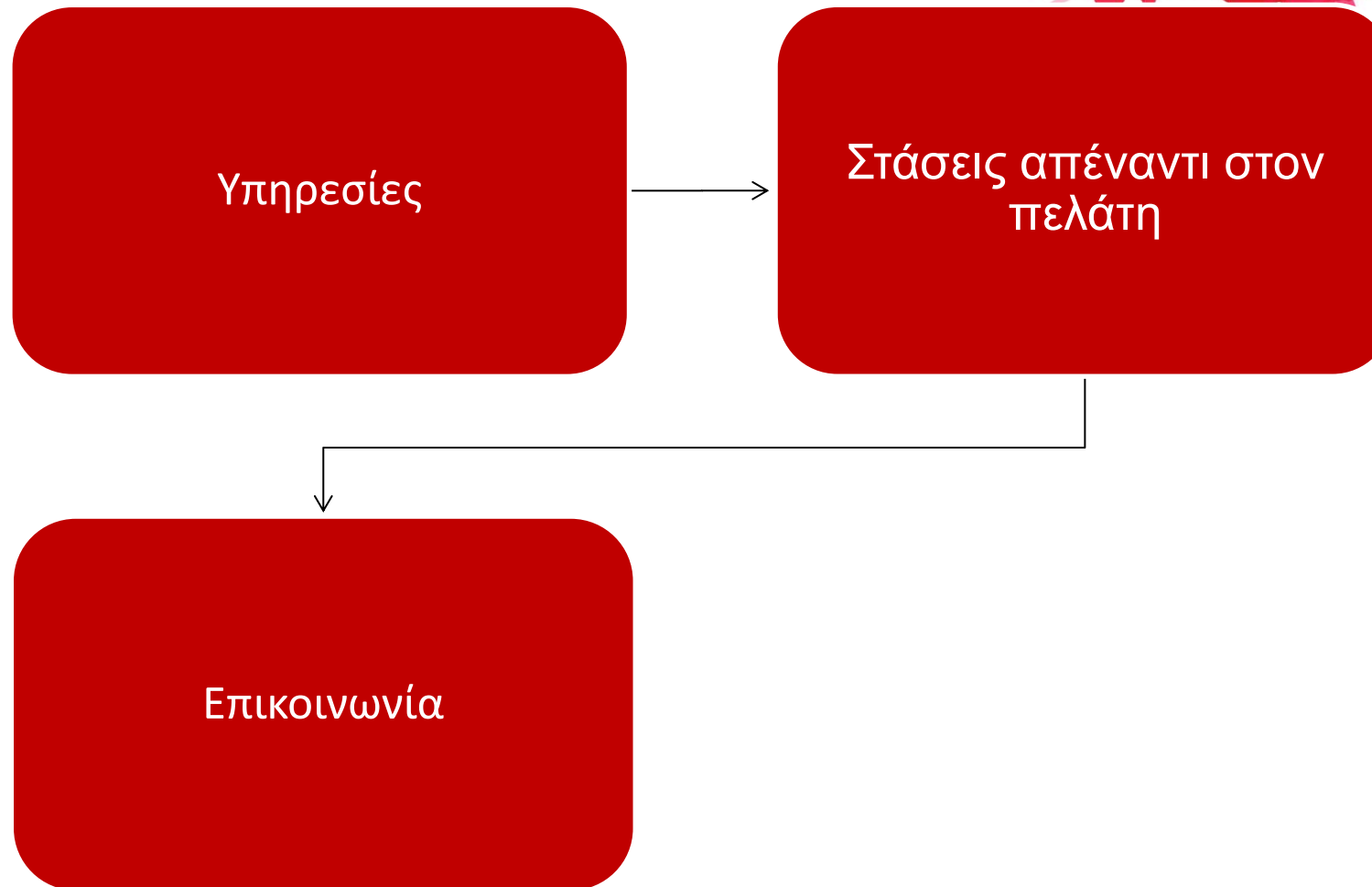
Αντιμετωπίστε τους επισκέπτες/πελάτες με επαγγελματισμό

LO2.14 Επιδεικνύετε την ικανότητα να υποδέχεστε τους επισκέπτες/πελάτες με επαγγελματισμό, να προσδιορίζετε τον σκοπό της επίσκεψής τους και να τους κάνετε να αισθάνονται ευπρόσδεκτοι κατά τη διάρκεια της αναμονής τους.

LO2.15 Επιδεικνύετε την ικανότητα να χρησιμοποιείτε τον κατάλληλο τόνο φωνής και τη γλώσσα του σώματος κατά την επαφή σας με επισκέπτες και πελάτες

LO2.16 Επιδεικνύετε την κατανόηση βασικών αρχών της εξυπηρέτησης πελατών και να είστε σε θέση να τις εφαρμόζετε με αποτελεσματικό τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της ικανότητας επίλυσης προβλημάτων ρουτίνας με τη χρήση απλών κανόνων προς ικανοποίηση των επισκεπτών και των πελατών.

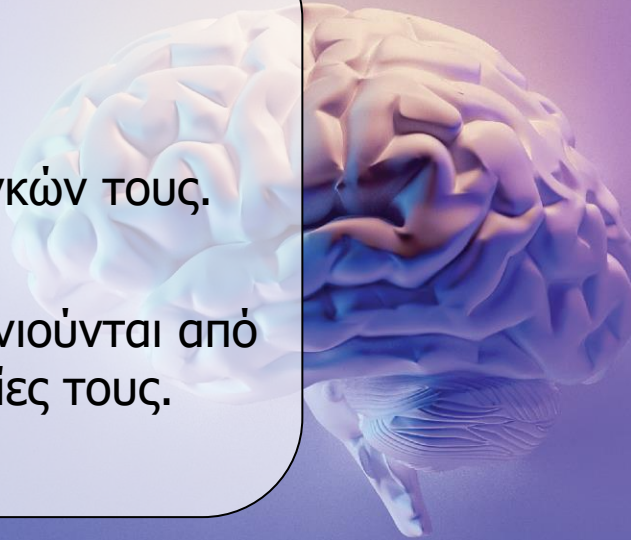




Τι αγοράζουν από εμάς οι πελάτες;

- Οι πελάτες αγοράζουν:

- Την ικανοποίηση των αναγκών τους.
- Τα συναισθήματα που γεννιούνται από την υπηρεσία/τις προσδοκίες τους.



Τι αγοράζουν από εμάς οι πελάτες;

- **Ανάγκες και προσδοκίες:**

- **Ανάγκες:**

- Είναι ο λόγος που οι πελάτες έρχονται σε εμάς.
 - Είναι αυτό που θα έπρεπε να έχουν οι πελάτες.
 - Η «τεχνική διάσταση» της εξυπηρέτησης πελατών.

Τι αγοράζουν από εμάς οι πελάτες;

- **Ανάγκες και Προσδοκίες:**

- Προσδοκίες:
 - Είναι αυτό που οι πελάτες θα ήθελαν περισσότερο– Ικανοποίηση Πελατών.
 - «Η ανθρώπινη διάσταση» της Εξυπηρέτησης Πελατών

- Ποιότητα Εξυπηρέτησης:
 - «Η Εξυπηρέτηση Πελατών περιλαμβάνει τη διάνοια και το συναίσθημα, το μυαλό και την καρδιά».
 - «Ο καθένας θα πρέπει να συμπεριφέρεται στους άλλους όπως θα ήθελε να του συμπεριφέρονται»

4 Τύποι Εξυπηρέτησης:

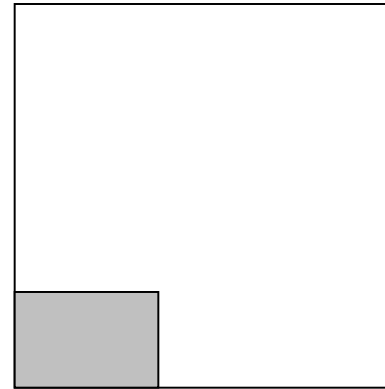
1. Δεν ενδιαφερόμαστε



4 Τύποι Εξυπηρέτησης:

2. Ο πελάτης είναι ένας
αριθμός

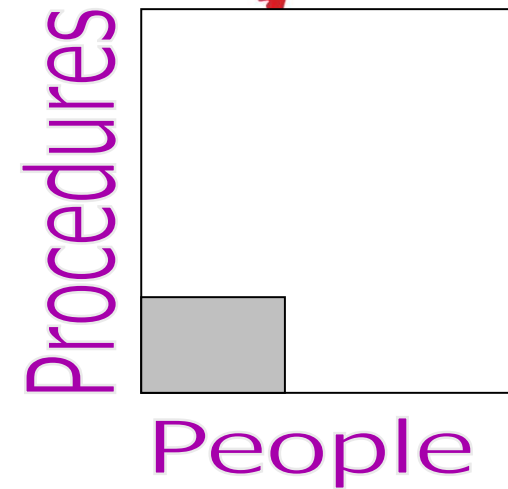
Διαδικασίες



Ανθρωποι

4 types of service:

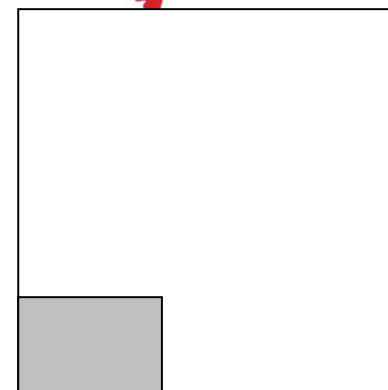
3. 'We are trying hard, but we do not know what we are doing.'



4 Τύποι Εξυπηρέτησης:

4. «Νοιαζόμαστε και γνωρίζουμε πως να σας εξυπηρετήσουμε»

Διαδικασίες



Άνθρωποι

- 8 στους 10 **μη ικανοποιημένοι πελάτες** ανέφεραν το πρόβλημα στον κύκλο των φίλων τους.
- Εκτιμάται ότι 7 στους 10 **dissatisfied clients** θα επιστρέψουν στην εταιρεία εάν το πρόβλημα που είχαν με την εταιρεία επιλυθεί αμέσως



Η εποχή στην οποία ζούμε, η εργασία μας και η ποιότητα των υπηρεσιών μας

«Αν δεν πιστεύετε ότι ο πελάτης είναι σημαντικός δοκιμάστε να περάσετε 60 ημέρες χωρίς πελάτες».

Catherine De Vrye "*Hot Lemon and Honey*"





**Διαφορετικοί Τύποι Πελατών
πάντοτε Επαγγελματίας**

E-EUPA_LO_2.14_M_001



**Κατανοήστε το σκοπό του
παιχνιδιού ρόλων**

E-EUPA_LO_2.14_M_002

- Μιλάτε απότομα στον πελάτη προσβάλλοντάς τον, δεν αναγνωρίζετε κανένα δικαίωμα σε αυτόν, επιμένετε ότι αυτός φταίει για όλα και εσείς για τίποτα, δεν έχετε καμία διαδραστική επικοινωνία μαζί του αλλά προσπαθείτε να του πείτε αυτό που θέλετε να του πείτε, χωρίς να τον ακούτε καθόλου



- Είστε πρόθυμοι να προσφέρετε στον πελάτη ό,τι θέλει, χωρίς επιφυλάξεις.
- Νιώθετε καταπιεσμένοι και αναγκάζεστε να παραδεχτείτε ότι κάνετε πάντα λάθος, δεν αναλαμβάνετε πρωτοβουλίες και δεν αναπτύσσετε τη φαντασία και τη δημιουργικότητά σας, δεν μπορείτε να ανακαλύψετε τα αδύνατα σημεία της επιχείρησής σας επειδή δεν εξετάζετε το θέμα, υπόσχεστε πράγματα που δεν μπορείτε να κάνετε και γενικά έχετε τη στάση ενός αποτυχημένου επαγγελματία.

- 
- Αναγνωρίζετε τα δικαιώματα, καθώς και τις υποχρεώσεις και των δύο μερών. Η ισότιμη συμπεριφορά βασίζεται στην αντίληψη ότι ο πελάτης πρέπει να αντιμετωπίζεται ως πρόσωπο και ως κάποιος που έχει δικαιώματα και υποχρεώσεις και όχι ως χρήμα ή ως κωδικός στο πελατολόγιό μας.

Πως πρέπει να καλωσορίζετε τους πελάτες

- Επαγγελματική Συμπεριφορά
- Θα πρέπει να νιώθετε σαν να καλωσορίζετε έναν φίλο στο σπίτι.
- Ένα απλό Γεια δεν είναι αρκετό
- **ΧΑΜΟΓΕΛΑΣΤΕ!**
- Κάνετε τον πελάτη να αισθανθεί ευπρόσδεκτος
- Ακούστε
- Μάθετε την επιχείρησή σας
- Να είστε ειλικρινείς
- Να σας θυμούνται



- **Τεχνικές**

- Ο χαιρετισμός
- Η χειραψία
- Χρησιμοποιούμε το κ. και την κ. και απευθυνόμαστε σε κάποιον χρησιμοποιώντας το επώνυμό του (εκτός αν ο πελάτης μας επιτρέψει να τον αποκαλούμε με το μικρό του όνομα).
- Να χρησιμοποιείτε το επώνυμο του πελάτη για να του απευθυνθείτε.
- Βεβαιωθείτε ότι αισθάνονται άνετα (ότι υπάρχει θέση για να καθίσουν, ρωτήστε τους αν θα ήθελαν κάτι να πούν).

Να κάνετε τον πελάτη να αισθάνεται στο σπίτι του

Χρησιμοποιήστε την κατάλληλη γλώσσα του σώματος.
Είναι το κλειδί για να τους κάνετε να νιώσουν
ευπρόσδεκτοι.

Αφήστε τον υπολογιστή σας για λίγο και δώστε προσοχή
στο άτομο

Ξεκινήστε μια ουδέτερη συζήτηση εξασφαλίζοντας ότι δεν
θα προκαλέσετε αρνητικά συναισθήματα ή συγκρούσεις

Να κάνετε τον πελάτη να αισθάνεται στο σπίτι του

Συμβουλές για να κάνετε τους πελάτες να αισθάνονται ευπρόσδεκτοι:

1. Να δίνετε στους πελάτες την αίσθηση ότι ήρθαν στο σωστό μέρος.
2. Να διατηρείτε τους χρόνους αναμονής στο ελάχιστο.
3. Ειδικά οι πελάτες που έρχονται για πρώτη φορά χρειάζονται ιδιαίτερη προσοχή.
4. Να δημιουργείτε μια ανθρώπινη σύνδεση.
5. Μην συγχέετε την ικανοποίηση των πελατών με την αφοσίωση.
6. Η πρώτη εντύπωση εξακολουθεί να μετράει.
7. Εξατομικεύστε την εμπειρία: Οι πελάτες είναι μοναδικοί.

Ο χώρος αναμονής είναι σημαντικός!

Συμβουλές για έναν χώρο
αναμονής που κάνει τους
πελάτες να αισθάνονται
ευπρόσδεκτοι:

1. Τηλεόραση ή Μουσική
2. Ελκυστική και Χαλαρωτική Διακόσμηση
3. Ροφήματα
4. Μικρογεύματα
5. Φυλλάδια/Περιοδικά

ΕΠΙΔΕΙΚΝΥΕΤΕ:

1. Υπομονή
2. Προσοχή
3. Ξεκάθαρες Επικοινωνιακές Δεξιότητες
4. Γνώση του Προϊόντος
5. Ικανότητα να χρησιμοποιείτε «θετική γλώσσα»
6. Δεξιότητες Υποκριτικής
7. Δεξιότητες Διαχείρισης Χρόνου
8. Ικανότητα «να διαβάζετε» τους πελάτες
9. Μια «ήρεμη» παρουσία
10. Να επικεντρώνεστε στην επίτευξη του στόχου
11. Ικανότητα να διαχειρίζεστε «εκπλήξεις»
12. Πειθώ
13. Ικανότητα διαπραγμάτευσης
14. Προθυμία για μάθηση

Ρωτήστε:

1. Πως μπορώ να σας βοηθήσω;
Πρώτον ακούστε προσεκτικά την
ερώτησή του/της
2. **Σκάψτε λίγο βαθύτερα:** Μπορώ
να σας βοηθήσω σε κάτι άλλο;
3. **Κατανοήστε τη χρήση του
προϊόντος ή της υπηρεσίας
σας:** Για ποια συγκεκριμένη
περίπτωση χρησιμοποιείτε το Χ;





**Διαφορετικά σενάρια, πάντα
κατάλληλη γλώσσα**

E-EUPA_LO_2.15_M_003



**Μια εικόνα της εξυπηρέτησης
πελατών**

E-EUPA_LO_2.16_M_004

Συναίσθημα

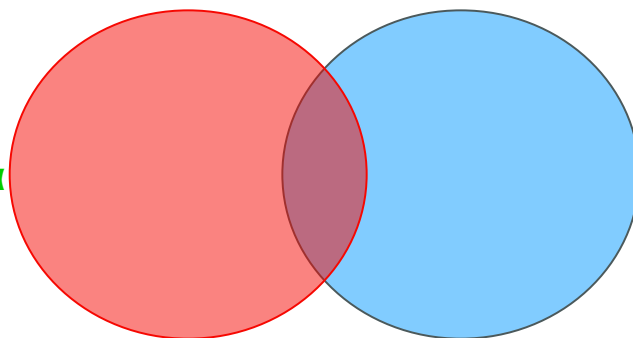
Σώμα

Ενδογενής Επικοινωνία

Εξωγενής Επικοινωνία

Ιδέες

φωνή



- Να λέτε «καλημέρα» με καλή διάθεση
- Να λέτε «καλημέρα» απότομα
 - Τι χρησιμοποιούμε στην επικοινωνία
 - Κατά πόσο % επηρεάζεται ο καθένας;





- **Ομιλία → ΓΙΑΤΙ και ΠΩΣ λέμε κάτι:**

- Ο τόνος της Φωνής: ΠΩΣ λέμε κάτι
- Λόγος/Λέξεις: ΤΙ λέμε

- **Εικόνες → ΠΩΣ λέμε κάτι:**

- Στάση του σώματος
- Χειρονομίες
- Χαμόγελα
- Επίπεδο Χαλάρωσης



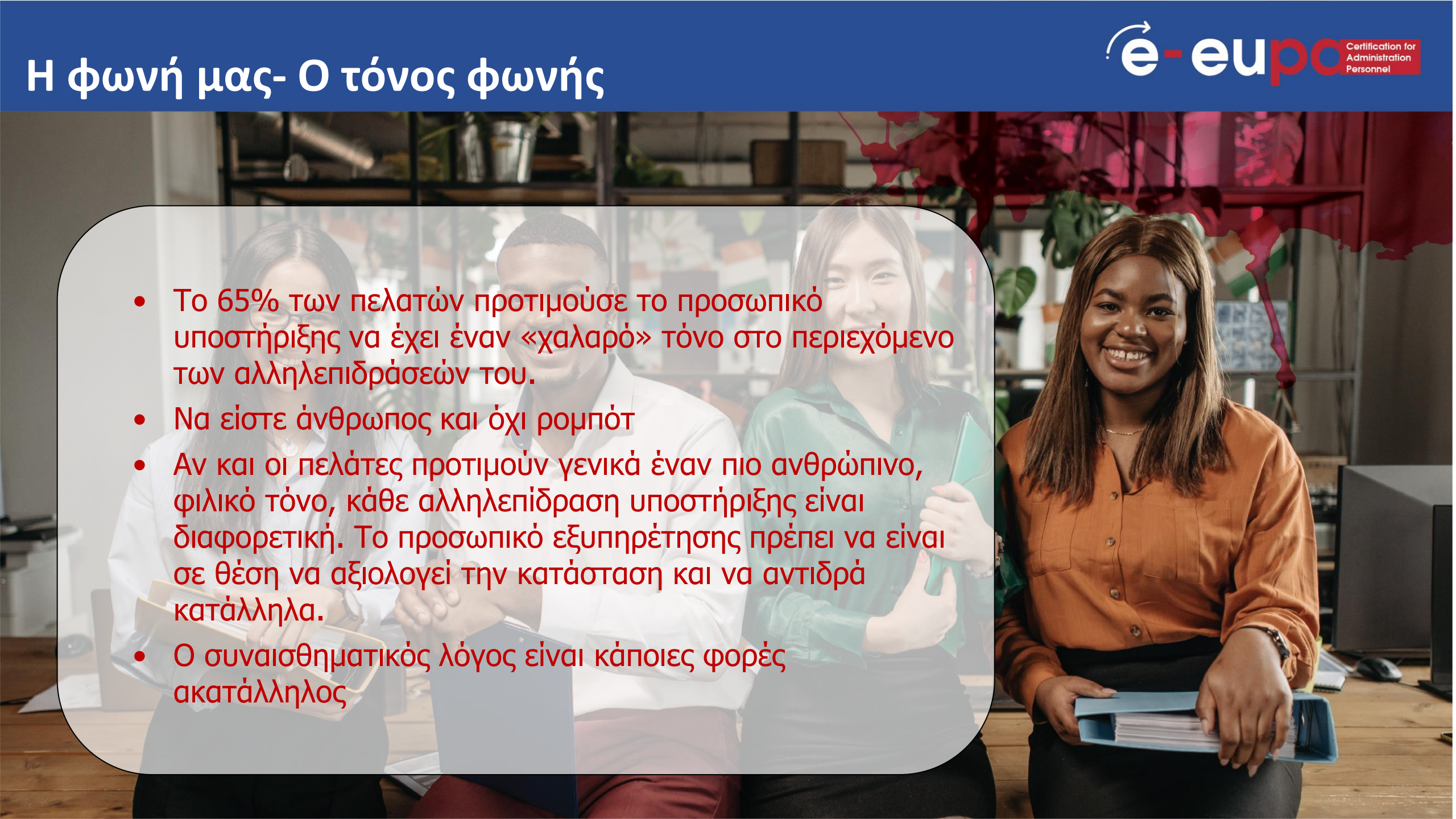
- Ένταση (υψηλή, χαμηλή)
- Τόνος (υψηλός, χαμηλός, επιθετικός, αμυντικός, υποτιμητικός, απολογητικός κ.λπ..)
- Ρυθμός (Επίσης με βάση τη στίξη)
- Απόχρωση (μαλακή, σκληρή, συναισθηματική, «μεταλλική» κ.λπ..)
- Ταχύτητα (αργή, γρήγορη, μέτρια)
- «Στάση»(ισχυρή, αδύναμη, λεπτή, τυπική κ.λπ.)
- Έμφαση (Τονισμός συγκεκριμένων λέξεων)
- Πρόθεση (η φωνή προδίδει αν αυτό που λέτε είναι αυτό που πραγματικά αισθάνεστε)

Η φωνή μας-Ο τόνος φωνής

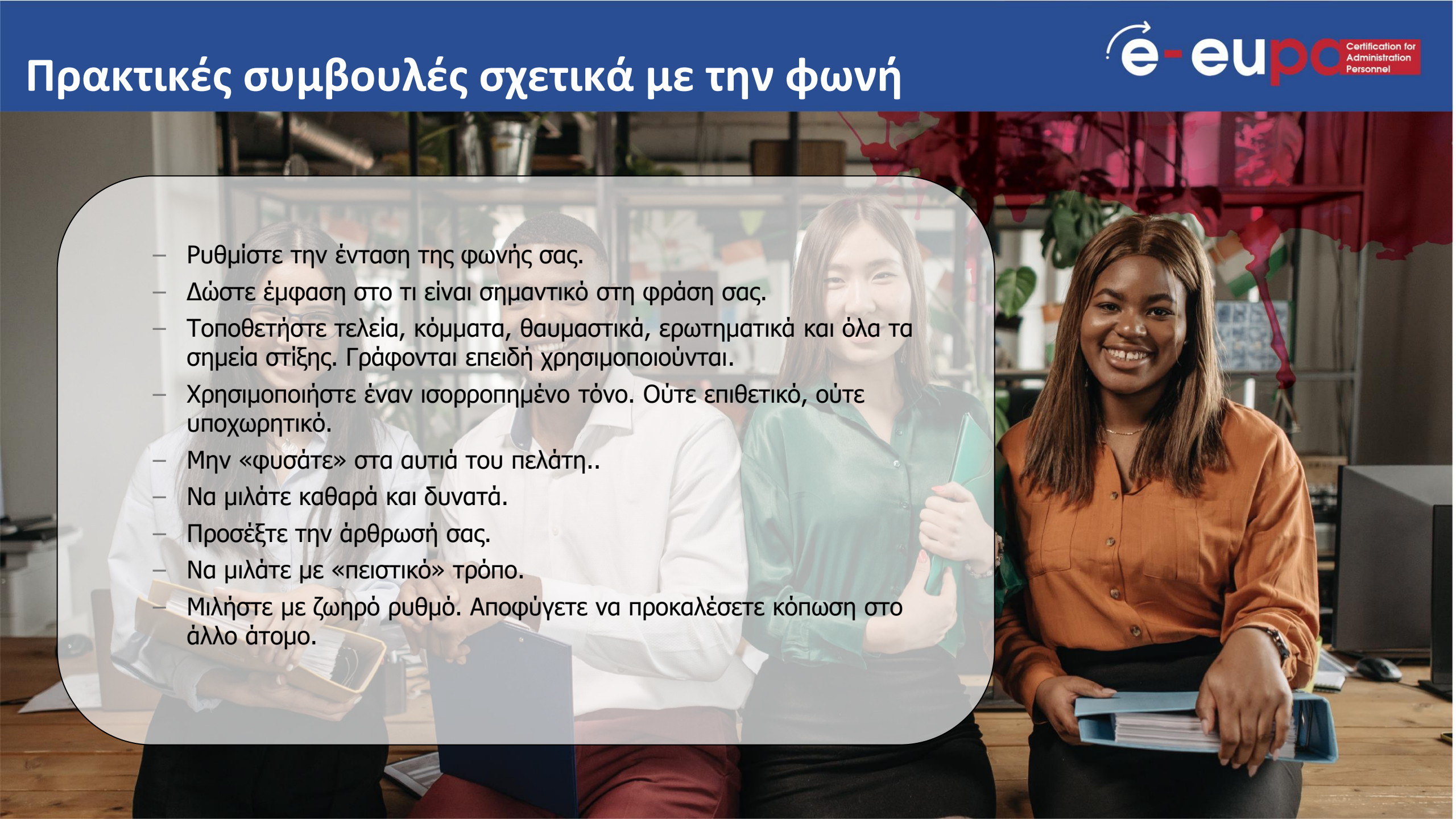
- Ζεστό ή κρύο περιβάλλον
- Την πρώτη φορά που συναντούμε κάποιον:
 - Φυσικός, απαλός, ζεστός και φιλικός → εμπιστοσύνη κι ενθουσιασμός
- Επιχειρήματα σε ερωτήματα:
 - Θετικός, ενεργητικός, σταθερός και ελαφρώς ανεβασμένος τόνος.
- Σε αντιπαράθεση ή εχθρικότητα:
 - Χαλαρωτικός, ηρεμιστικός, χαμηλών τόνων, καθησυχαστικός και συμβιβαστικός.
- Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση/συζήτηση:
 - Ενεργητικός, θετικός, ζεστός και ήρεμος.



Η φωνή μας- Ο τόνος φωνής

- 
- Το 65% των πελατών προτιμούσε το προσωπικό υποστήριξης να έχει έναν «χαλαρό» τόνο στο περιεχόμενο των αλληλεπιδράσεών του.
 - Να είστε άνθρωπος και όχι ρομπότ
 - Αν και οι πελάτες προτιμούν γενικά έναν πιο ανθρώπινο, φιλικό τόνο, κάθε αλληλεπίδραση υποστήριξης είναι διαφορετική. Το προσωπικό εξυπηρέτησης πρέπει να είναι σε θέση να αξιολογεί την κατάσταση και να αντιδρά κατάλληλα.
 - Ο συναισθηματικός λόγος είναι κάποιες φορές ακατάλληλος

Πρακτικές συμβουλές σχετικά με την φωνή

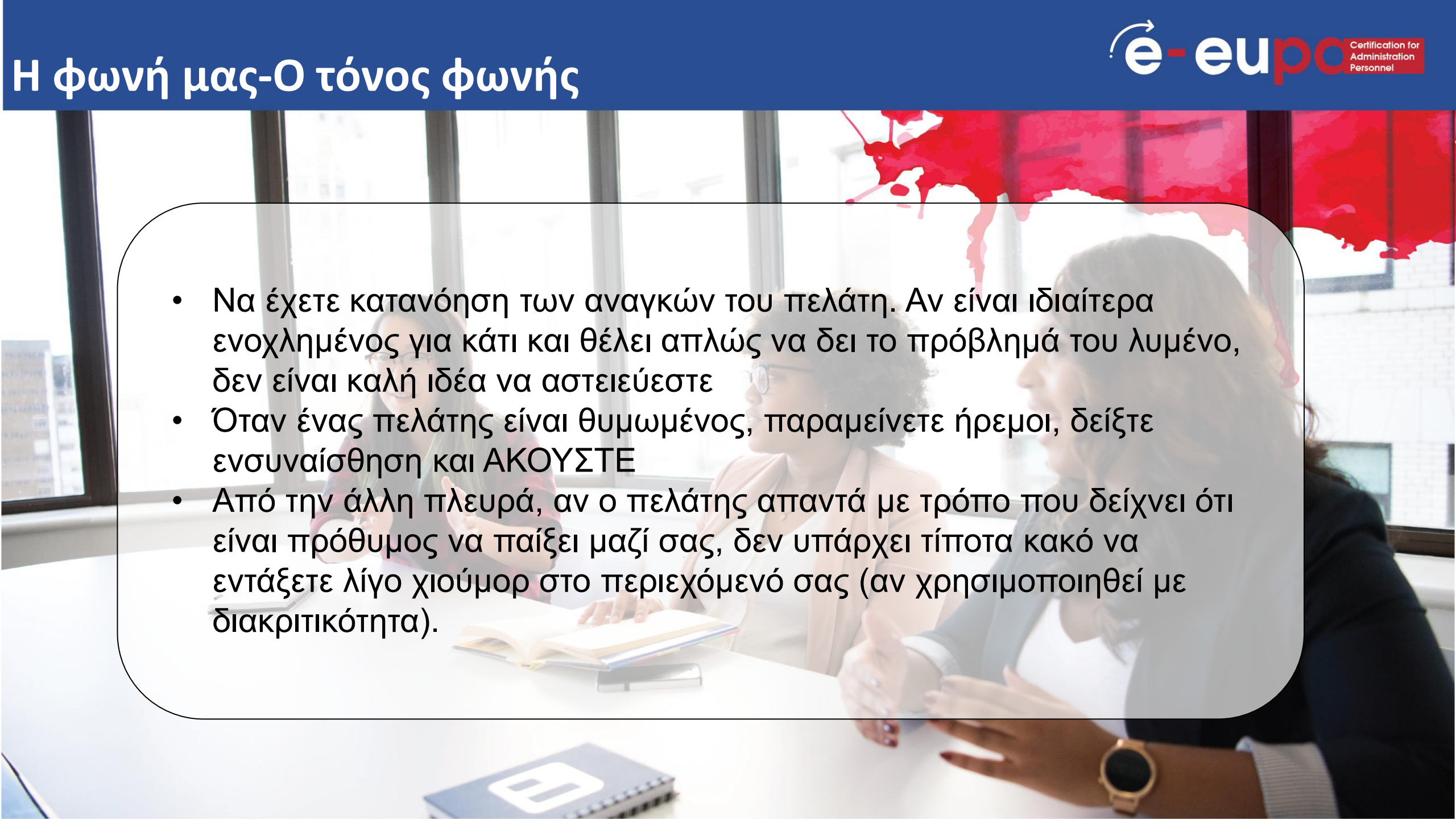
- 
- Ρυθμίστε την ένταση της φωνής σας.
 - Δώστε έμφαση στο τι είναι σημαντικό στη φράση σας.
 - Τοποθετήστε τελεία, κόμματα, θαυμαστικά, ερωτηματικά και όλα τα σημεία στίξης. Γράφονται επειδή χρησιμοποιούνται.
 - Χρησιμοποιήστε έναν ισορροπημένο τόνο. Ούτε επιθετικό, ούτε υποχωρητικό.
 - Μην «φυσάτε» στα αυτιά του πελάτη..
 - Να μιλάτε καθαρά και δυνατά.
 - Προσέξτε την άρθρωσή σας.
 - Να μιλάτε με «πειστικό» τρόπο.
 - Μιλήστε με ζωηρό ρυθμό. Αποφύγετε να προκαλέσετε κόπωση στο άλλο άτομο.

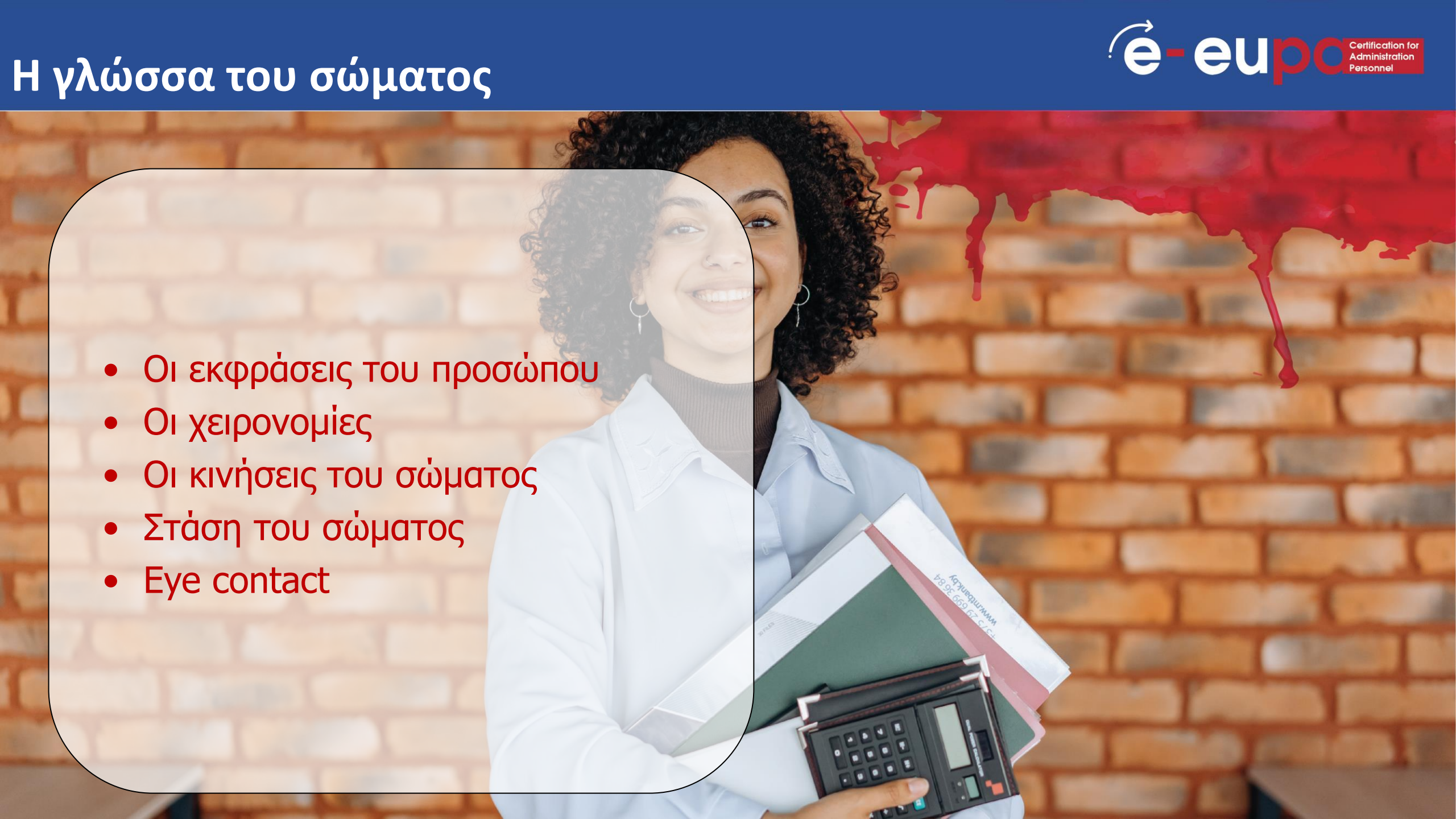
Ο τόνος φωνής έχει άμεση σχέση με τη συμπεριφορά. Αντανακλά την συναισθηματική σας κατάσταση η οποία εκφράζεται από τις λέξεις που χρησιμοποιείτε. Ανάλογα με την κατάσταση ο τόνος φωνής σας μπορεί να είναι:

- ο Χιουμοριστικός και διασκεδαστικός
- ο Εμπαθής και με κατανόηση
- ο Φιλικός και συζητήσιμος
- ο Επίσημος αλλά όχι απόμακρος
- ο Έξυπνος και άνετος
- ο Ανεπίσημος αλλά όχι «άνοστος»



**tone must evolve to meet the
needs of the specific
customer you're talking to**

- 
- Να έχετε κατανόηση των αναγκών του πελάτη. Αν είναι ιδιαίτερα ενοχλημένος για κάτι και θέλει απλώς να δει το πρόβλημά του λυμένο, δεν είναι καλή ιδέα να αστειεύετε
 - Όταν ένας πελάτης είναι θυμωμένος, παραμείνετε ήρεμοι, δείξτε ενσυναίσθηση και **ΑΚΟΥΣΤΕ**
 - Από την άλλη πλευρά, αν ο πελάτης απαντά με τρόπο που δείχνει ότι είναι πρόθυμος να παίξει μαζί σας, δεν υπάρχει τίποτα κακό να εντάξετε λίγο χιούμορ στο περιεχόμενό σας (αν χρησιμοποιηθεί με διακριτικότητα).

- 
- Οι εκφράσεις του προσώπου
 - Οι χειρονομίες
 - Οι κινήσεις του σώματος
 - Στάση του σώματος
 - Eye contact



Η ανθρώπινη επαφή αποτελείται κυρίως από χειρονομίες, σωματικές στάσεις, θέσεις και αποστάσεις, παρά από οποιαδήποτε άλλη διαδικασία!

Είναι τα μη λεκτικά σήματα έμφυτα ή επίκτητα;



- 
- Ένα μεγάλο μέρος των μη λεκτικών σημάτων που χρησιμοποιούμε είναι επίκτητα:
 - Η σημασία τους εξαρτάται από την κουλτούρα







Τι δεν πρέπει να λέμε

- 
- Όχι
 - Δεν μπορώ
 - Αδύνατον
 - Γιατί;
 - Τι;

- **Η πολιτική μας είναι...**
- **Ακούστε!!!**
- **Περιμένετε**
- **Λάθος**
- **Δεν θα έπρεπε**

•Χρησιμοποιούμε:

- Τον Ενεστώτα χρόνο
- Τον Μέλλοντα χρόνο με φειδώ
- Μικρές και σύντομες προτάσεις

•Μιλάμε:

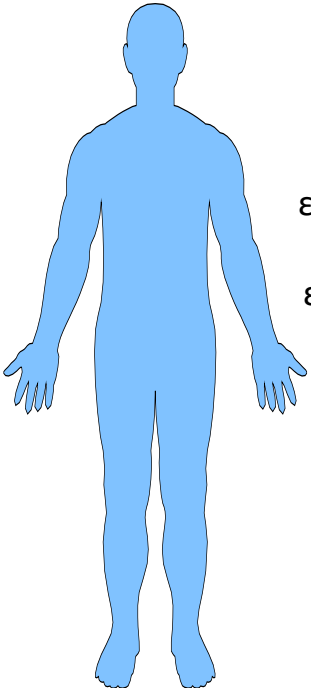
- Με θετικά λόγια κι εκφράσεις που αποπνέουν αισιοδοξία.

- Η επικοινωνία δεν είναι μόνο λεκτική ή μόνο μη λεκτική. Δεν αντικαθιστούν η μία την άλλη. Συμπληρώνουν η μία την άλλη.



Η περιοχή της οικειότητας

15 – 46 εκ



Θεωρούμε ότι είναι
ιδιοκτησία μας και η
είσοδος επιτρέπεται σε
γονείς, συζύγους,
εραστές, συγγενείς και
στενούς φίλους.

Προσωπική περιοχή

46 εκ. – 1,2μ.

Η απόσταση που
κρατάμε από τους
άλλους σε ένα πάρτι,
κοινωνικές συναντήσεις
και φιλικές εκδηλώσεις.

Κοινωνική περιοχή

1,2 – 3,6 μ

Η απόσταση που
κρατάμε με ανθρώπους
που δεν γνωρίζουμε,
όπως ο ταχυδρόμος,
ένας νέος συνάδελφος
κ.λπ.

Δημόσια περιοχή

3,6 μ και άνω

Συνήθως στεκόμαστε σε
αυτή την απόσταση όταν
απευθυνόμαστε σε μια
μεγάλη ομάδα ανθρώπων.



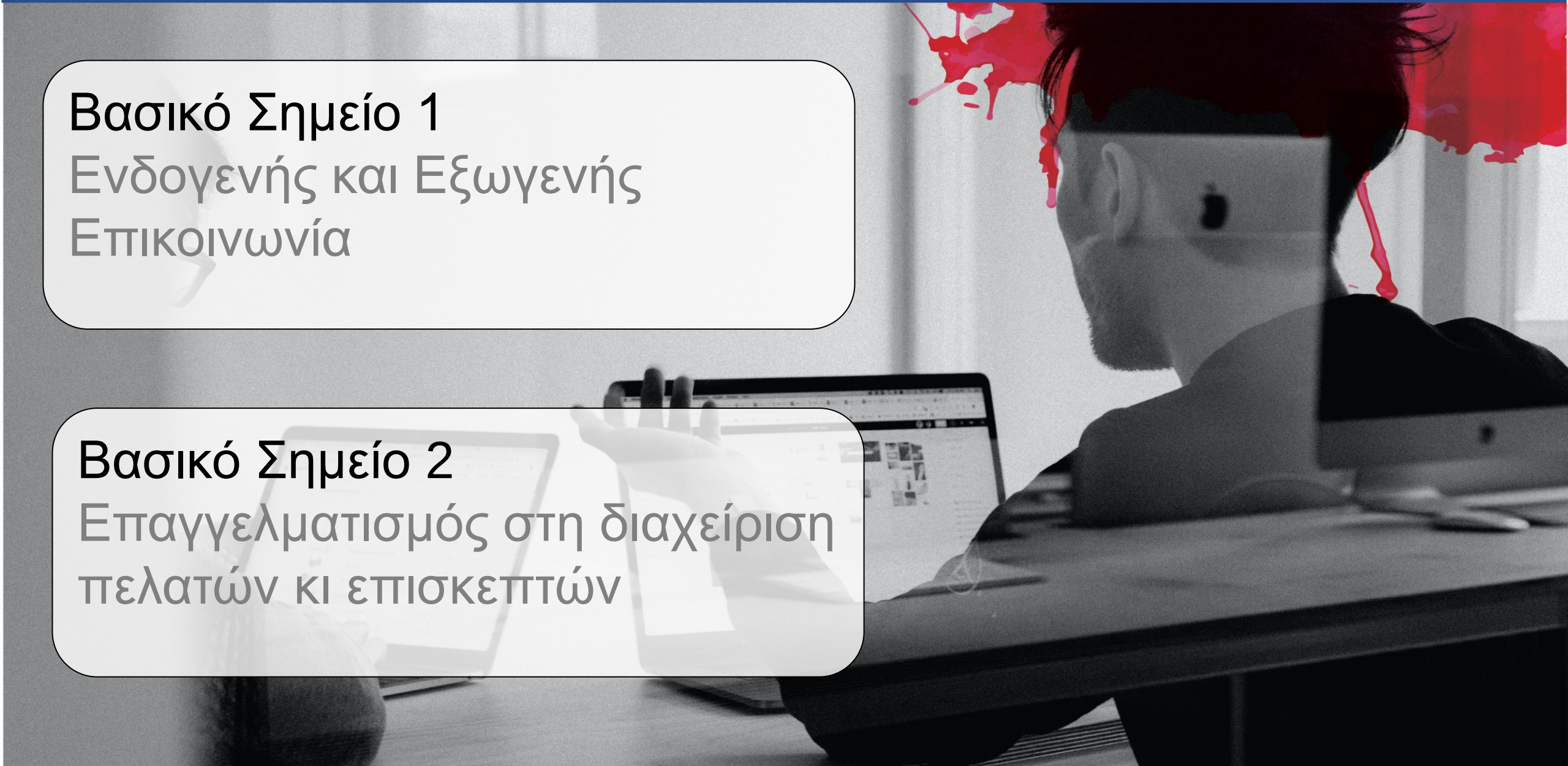
Να θυμάστε:

- Η εξυπηρέτηση πελατών είναι μια ομαδική δουλειά
- Να ακούτε τους πελάτες σας! Χρησιμοποιούν το προϊόν ή την υπηρεσία που πουλάτε
- Μην αντιδράτε ως ρομπότ αλλά σαν άνθρωπος
 - Να επιδεικνύετε ενσυναίσθηση
 - Να είστε ευέλικτοι

ΑΛΛΑ ΌΧΙ ΥΠΕΡΒΟΛΙΚΑ ΕΥΕΛΙΚΤΟΙ!

Βασικό Σημείο 1
Ενδογενής και Εξωγενής
Επικοινωνία

Βασικό Σημείο 2
Επαγγελματισμός στη διαχείριση
πελατών κι επισκεπτών



Ερώτηση Αναθεώρησης 1

Ποιες είναι οι τεχνικές που κάνουν τους επισκέπτες να αισθάνονται σαν στο σπίτι τους;

Ερώτηση Αναθεώρησης 2

Πώς μπορεί ο τόνος της φωνής να επηρεάσει τις αλληλεπιδράσεις με τους πελάτες;

Ερώτηση Αναθεώρησης 3

Γιατί είναι σημαντικό να αναγνωρίζονται τόσο τα δικαιώματα όσο και οι υποχρεώσεις των πελατών στην εξυπηρέτηση πελατών;

Ερώτηση Αναθεώρησης 4

Γιατί η μη λεκτική επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας στην εξυπηρέτηση πελατών;



ΣΥΓΧΑΡΗΤΗΡΙΑ

Έχετε ολοκληρώσει την Ενότητα 2.8



**Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

