

# 9 گام برای رسیدگی به شکایات مشتریان

زمان مطالعه: ۱۱ دقیقه



## 9 گام برای رسیدگی به شکایات مشتریان

به همراه نمونه های پاسخ به شکایات

شکایات مشتری به صورت یک ایمیل با لحنی عصبانی، انتقادات آنلاین تند و کوبنده، برخورد حضوری ناخوشایند، یک توییت (پست در رسانه توییت) منفی یا یک تماس تلفنی غیرمنتظره مطرح می شوند. شنیدن شکایات مشتری سخت است، اما در واقع، ناشی از شما، محصولات، کارکنان یا حتی خدماتی است که کمتر از سطح انتظارات آنها ارائه می شوند. رسیدگی به شکایات مشتریان به همان اندازه که سخت و ناراحت کننده است، بخش مهمی از انجام کسب و کار محسوب می شود و بنابراین، باید به درستی به شکایات مشتریان رسیدگی کنید.

در زمانی که موفقیت کسب و کار شما بر پایه بازاریابی دهان به دهان و نیاز به تجربیات مثبت مشتری است، باید خودتان و تیمتان را برای فرآیند منبع یابی، شنیدن، پاسخگویی و رفع شکایات مشتری آماده کنید.

در این مقاله، یک فرآیند گام به گام را برای پاسخگویی به نظرات و شکایات مشتریان، نکاتی برای جمع‌آوری نظرات از مشتری‌ها و بهترین شیوه‌ها برای رسیدگی به مشکلات پیش رو، ارائه خواهیم داد.

الگوهای رایگان پاسخگویی به نظرات مشتری‌ها اب اسپات به شما کمک می‌کند تا استراتژی خود را برای پاسخگویی به شکایات مشتریان آنلاین به صورت صمیمانه و منطقی، توسعه دهید.

### نحوه پاسخگویی به شکایات مشتریان:

1. به شکایت مشتری گوش دهید یا متن شکایات آنها را بخوانید.
2. لحظه ای را به بررسی انتقادهای وارد شده اختصاص دهید.
3. تعیین کنید که برای رفع مشکل چه اقدامی را انجام خواهید داد.
4. از مشتری برای ارائه نظراتشان تشکر کنید.
5. عذرخواهی کنید و میزان فهم خود را نسبت به موضوع مورد نظر، بازگو کنید.
6. برنامه خود را برای اصلاح وضعیت، به طور واضح و خلاصه بیان کنید.
7. یک بار دیگر از مشتری تشکر کنید و اطلاعات تکمیلی را هم ارائه دهید.
8. بررسی کنید که آیا مشتری از نتیجه راضی است یا خیر.
9. تغییرات حاصل از نظرات مشتریان را هم ثبت کنید.

شکایات مشتریان می تواند از طریق رسانه های مختلف مانند Google Reviews ، تماس تلفنی یا حتی به صورت یک نامه دست نوشته مطرح شود. هر یک از این شیوه های بیان شکایات، سطوح مختلفی از درماندگی مشتری را منعکس می کنند و برای حل مشکلات هم به راه حل های خاص و منحصر به فردی نیاز دارند. با این حال، ایجاد و اعتماد به یک طرح و برنامه، به منظور پاسخگویی به این شکایات، نقطه شروعی الزامی است. از این جهت، شما باید این رویکرد را برای هر یک از تعاملات با مشتری، سفارشی سازی کنید.

در ادامه، فرآیندی را به شما پیشنهاد می دهیم که می توانید در هنگام پاسخگویی به شکایات مشتریان از آن استفاده کنید.

## 1. به شکایت مشتری گوش دهید یا متن شکایات آنها را بخوانید.



وقتی شکایتی از جانب مشتری مطرح می شود، اولین وظیفه شما، گوش دادن به موضوع بیان شده و تمرکز بر روی چیزی است که مشتری شما در حال تجربه آن است. صرف نظر از اینکه شکایت به دلیل افزایش قیمت، یک وعده غذایی نامناسب یا توقف موقت خدمات رسانی مطرح شده باشد، مشتری برای ابراز درماندگی و ناراحتی خود، با شما ارتباط برقرار می کند.

دارا بودن حالت تدافعی یا نادیده گرفتن شکایت، کار آسانی است، اما به خاطر داشته باشید که به ندرت پیش می آید که شکایات مطرح شده هیچ ارتباطی با سایر مشتریان نداشته باشند؛ یعنی اگر یک مشتری با طرح شکایتی خاص به شما مراجعه می کند، چندین مشتری دیگر هم در مورد همان موضوع شاکی هستند، ولی سکوت کرده اند.

شکایت یک مشتری همیشه باید "مشروع و منطقی" تلقی شود، بنابراین به حرف های آن ها کاملا توجه کنید و حس همدلی خود را هم نشان دهید.

## 2. لحظه ای را به بررسی انتقادهای وارد شده اختصاص دهید.



بعضی از نظرات می توانند ضربه سختی را به شما وارد کنند. پذیرش اینکه مشتری را ناامید کرده اید، کار آسانی نیست، اما ریشه یابی مشکل، گامی اساسی برای رسیدگی به شکایات به نحوی مناسب محسوب می شود.

اگر نظرات مشتری ها را به صورت آنلاین دریافت کنید، مانند انتقادات آنلاین یا از طریق رسانه های اجتماعی، حداقل کمی وقت دارید تا بفهمید که مشتری از چه مسئله ای رنجیده است. اگر انتقادات مشتری را در آن واحد دریافت کنید، مثلا به طور حضوری یا از طریق تماس تلفنی، این کار کمی سخت تر خواهد بود. در وضعیتی که انتقادات و شکایات به صورت آنی دریافت شوند، لازم است تا شما هر چه زودتر خودتان را به جای مشتری بگذارید و رفع مشکل را واقعا در اولویت خود قرار دهید که ان کار تنها در صورتی انجام می شود که به خوبی به شکایت گوش دهید و معنا و مفهوم دقیق آن را هم درک کنید.

### 3. تعیین کنید که برای رفع مشکل چه اقدامی را انجام خواهید داد.



شکایات مشتریان ممکن است در مورد امور عادی باشد، بنابراین به احتمال زیاد می‌دانید که چگونه یک مشکل را بلافاصله پس از گوش دادن به جزئیات آن، حل کنید.

با این حال، همانطور که به خوبی آگاه هستید، گاهی اوقات یک شکایت نامعقولانه ای مطرح می‌شود و شما مطمئن نیستید که چه کاری را باید انجام دهید. اگر برای اقدامی که می‌خواهید انجام دهید به مقداری زمان نیاز دارید، با مشتریان خود صادق باشید. شما می‌توانید به مشتریان بگویید که به زمان نیاز دارید تا بفهمید که چگونه می‌توانید به بهترین شکل ممکن به مشکل آنها رسیدگی کنید و یک جدول زمانبندی را هم برای مدت زمان لازم برای دستیابی یک راه حل خوب را ارائه دهید یا بهتر از آن، اینکه شما می‌توانید از مشتریان بپرسید که برای جبران این مسئله به چه چیزی نیاز دارند و کاری کنید تا آنها بفهمند که آیا درخواستشان شدنی است یا خیر.

## 4. از مشتری برای ارائه نظراتشان تشکر کنید.



ما چندین بار به این ایده اشاره کرده‌ایم و تشکر از مشتریان خیلی مهم است. اکثر مشتریانی که از کسب‌وکار شما شکایت دارند، آنها را با شما در میان نمی‌گذارند. این امر باعث می‌شود تا شما در مورد احساسات مشتریان خود کاملاً بی‌خبر و ناآگاه باشید. بنابراین، اولین چیزی که باید هنگام پاسخ دادن به شکایت مشتری بگویید، این است که "از اینکه به من اطلاع داده اید، متشکرم".

هیچ قانونی وجود ندارد که بگوید مشتریان باید نظرات خود را به اشتراک بگذارند یا اینکه انتقاد کنند. بعضی از مشتریان از رویارویی با کسب و کارهایی که منفی‌نگر هستند، احساس ناراحتی می‌کنند و ترجیح می‌دهند تا این موضوع را نادیده بگیرند یا اینکه به طور کلی، از معامله با شما دست بکشند. اطلاعاتی که از طریق ارائه نظرات

بدست می آید، می تواند تجربه مشتری شما را به طور کلی بهبود ببخشد، بنابراین حتی اگر نظرات مشتری احساس ناخوشایندی را به طور آنی شما منتقل کند، باز هم باید از مشتری ها به خاطر دیدگاه آنها تشکر کنید.

## 5. عذرخواهی کنید و میزان فهم خود را نسبت به موضوع مورد نظر، بازگو کنید.



بلافاصله پس از تشکر از مشتری، باید د مورد اتفاقی که افتاده است، عذرخواهی کنید و با ارائه توضیحاتی در مورد درک خودتان از شرایط، ابراز همدردی کنید.

به عنوان مثال، فرض کنید که مدیر حسابداری ای که برای یک پلتفرم تجارت الکترونیک کار می کند، ایمیلی را از طرف مشتری خود دریافت می کند که می گوید



سیستم پرداخت آنلاین او به طور موقت از کار افتاده است. پاسخ به این ایمیل، باید اینگونه شروع شود:

“سلام مایک،

از اینکه ارتباط برقرار کرده اید و به ما اطلاع داده اید، بسیار متشکرم. بابت مشکل سیستم پرداخت، بسیار متاسفم؛ وقتی متوجه این مشکل شدیم، تیم خود را بسیج کردیم و این مشکل در عرض چند دقیقه برطرف شد.

با این وجود، می‌دانم که این امر باعث جبران درآمدی نمی‌شود که از دست داده‌اید و حتی ممکن است درآمد از دست رفته دیگر برنگردد. من کاملاً درک می‌کنم که ممکن است شما به خاطر این موضوع؛ کار خودتان را از دست داده باشد و این اصلاً قابل قبول نیست.”

این پاسخ، از مشتری بابت به اشتراک گذاشتن نظر تشکر می‌کند، بابت مشکل بوجود آمده عذرخواهی می‌کند، توضیح می‌دهد که چه چیزی منجر به این وضعیت شده است و همچنین نشان می‌دهد که چگونه این موضوع بر روی مشتری تأثیر گذاشته است. حالا مشتری باید بفهمد که کارشناس بررسی شکایات شرکت، علت شکایت مطرح شده را به طور کامل درک می‌کند و برای کسب و کار و نظرات او هم ارزش قائل است.

## 6. برنامه خود را برای اصلاح وضعیت، به طور واضح و خلاصه بیان کنید.



اگر مثال بالا، بعد از آن دو پاراگراف تمام می شد، در واقع، این مشکل به سختی برطرف می شد. پاسخ مناسب به شکایات مشتری، بدون ارائه توضیحاتی در مورد آنچه که بعدا اتفاق می افتد، ناقص است.

این روزها، بهترین کار این است که هنگام رسیدگی به شکایات مشتریان، از جان و دل مایه بگذارید. بیایید به مثال درگاه پرداختی که به طور موقت خراب شده است، برگردیم و پاسخگویی به مشتری را از همان جایی که آن را نصف کاره رها کرده ایم، ادامه دهیم تا به خوبی نشان دهیم که چگونه می توانیم این وضعیت را اصلاح کنیم:

تیم محصول ما، اطمینان از عدم تکرار این مشکل در اولویت جدید خود قرار داده است. ما توانستیم دلیل این مشکل را خیلی سریع شناسایی کنیم و برای حافظت از

آن در برابر قطعی مشابه در آینده تلاش خواهیم کرد تا بتوانید در هنگام استفاده از نرم افزار ما، احساس اطمینان کرده و به سمت جلو حرکت کنید.

در عین حال، ما می خواهیم مسئله بوجود آمده را جبران کنیم. من توانستم هزینه های نرم افزار شما را برای این مشکل دریافت کنم و هزینه های ماه آینده هم برای شما لغو شدند. در ۳ تا ۵ روز کاری آینده، باید اعتباری را در حساب خود مشاهده کنید. اگر این اعتبار به حساب شما اضافه نشد، لطفاً با من تماس بگیرید. امیدوارم که این کار تا حدودی خسارتی که کسب و کار شما در طول قطع نرم افزار متحمل شده است را بتواند جبران کند.

با تشکر،

(اسم شما)

این توضیح، بهبود خدمات رسانی را به طور خلاصه بیان کرده و باعث جبران شدن درآمد مشتری می شود که به طور بالقوه از دست رفته است. حالا مشتری اطلاعات بیشتری را در مورد این مسئله بدست آورده است، می داند که چه کاری برای جلوگیری از تکرار آن انجام می شود، و نرم افزار رایگانی را برای به اشتراک گذاشتن انتقاداتش دریافت می کند. این نوع پاسخگویی، مشتری را به اظهارنظر کردن تشویق می کند و احتمال اینکه این مشتری نظر خود را در آینده به اشتراک بگذارد هم بیشتر می شود.

## 7. یک بار دیگر از مشتری تشکر کنید و اطلاعات تکمیلی را هم ارائه دهید.



اگر تا کنون این مراحل را دنبال کرده اید، پس باید به اندازه کافی به شکایت مورد نظر رسیدگی شده باشد و مشتری شما هم احساس کند که مشکل به طور کامل حل شده است.

اگر اینطور است، یک بار دیگر از مشتری برای برقراری ارتباط تشکر کنید و اگر مشتری نیاز به تماس مجدد با شما داشت، اطلاعات یا دستورالعمل های بعدی را هم به او ارائه دهید.

این مرحله، به ویژه برای انتقادات آنلاینی مهم است که در مقایسه با شکایاتی که از طریق ایمیل، تلفن، از طریق رسانه های اجتماعی یا حضوری مطرح می شوند، حاوی بحث های پی در پی بسیار کمتری هستند (البته اگر این انتقادات انجام شود). اگر مشتریان در حال نوشتن انتقادات خود به صورت آنلاین هستند، ممکن است دارای

اطلاعات تماس برای پیگیری توسط بهترین فرد نباشند، بنابراین در نظر داشته باشید که آن فرد، نام، شماره تلفن و/ یا آدرس ایمیل خود را در پایان یک انتقاد منفی آنلاین هم ارائه دهد.

## 8. بررسی کنید که آیا مشتری از نتیجه راضی است یا خیر.



پس از مدتی، شما باید مشتری را پیگیری کنید تا ببینید آیا آنها از حل و فصل اختلافات راضی هستند یا خیر.

چارچوب زمانی لازم برای این کار، کاملاً مبهم بوده و واضح نیست. بعضی از مسائل را می توان چند روز یا حتی هفته پس از حل شدن آنها پیگیری کرد، در حالی که موارد حساس تر و مهم تر، نیاز به پیگیری در ظرف یک روز دارند.

از حس ششم خود استفاده کنید. بهتر است پس از حل شکایت مشتری، با او زیاد ارتباط برقرار کنید تا اینکه اصلاً ارتباطی برقرار نکنید، زیرا با این کار نشان می‌دهید که واقعاً به مشکل آنها اهمیت می‌دهید و می‌خواهید مشکلات بوجود آمده را هم جبران کنید.

## 9. تغییرات حاصل از نظرات مشتریان را هم ثبت کنید.



بعد از اینکه همه چیز گفته شده و به انجام رسید، وقت آن است که به قول‌ها و وعده‌های خود عمل کنید. اگر خود شما از یک رویداد بد شکایت کنید و به شما قول تغییری داده شود که هرگز انجام نشده است، آیا ناراحت نمی‌شوید؟

هر شکایتی، ایجاد تغییر در استراتژی کسب و کار را تضمین نمی‌کند. به عنوان مثال، اگر یکی از مشتریان شکایت کند که محموله‌اش آسیب دیده است، این مسئله بدان معنا نیست که شما باید کل فرآیند تولید و فروش خود را کاملاً تغییر کنید. با این

حال، اگر ۱۰۰ مشتری بابت محموله های آسیب دیده شکایت کنند، باید به انبار یا مراکز حمل و نقل خود مراجعه کنید و این مسئله را به طور دقیق بررسی کنید.

این وظیفه شماست که با دقت به حرف های مشتری گوش کنید، بین شکایات آنها ارتباط برقرار کنید و مشخص کنید که آیا اقدامات بزرگتری لازم است یا خیر. اگر چندین شکایت در مورد یک کارمند، یک محصول یا یک ویژگی یا خصوصیت محصول دریافت کردید، احتمالاً به این معناست که مشکلی در آن کارمند، محصول یا ویژگی وجود دارد که باید برطرف شود.

## نکاتی برای پاسخگویی به شکایات مشتریان

### 1. آرام باشید، حتی زمانی که تقصیر شما نیست.

ما فرد بی تجربه ای هستیم، اگر وانمود کنیم که هر یک از شکایات هایی که از جانب مشتری به ما می رسد، درست و موجه هستند. گاهی اوقات مشتری ها اشتباه می کنند، شرکت ها را با هم قاطی می کنند و اشتباهاتی را مرتکب می شوند. ادامه دادن به این وضعیت با آرامش و بدون اینکه مشتری بلافاصله پس از اظهار نظر منفی خود بفهمد که در چه کجا اشتباه کرده است، می تواند امری خسته کننده باشد، اما نباید تسلیم و سوسه شوید.

همچنان شما می خواهید مراحل بالا را دنبال کنید تا به این وضعیت بهبود ببخشید و با مشتری همدل باشید. هنگامی که مشتری آرام شد، می توانید با مهربانی به او توضیح دهید که در چه جایی این اشتباه اتفاق افتاده است و البته توضیحی درست را به او ارائه دهید. هنگامی که مشتری این مسئله را درک کرد، می توانید مؤدبانه از او بخواهید که از نقد و اظهار نظر منفی خود صرف نظر کند؛ البته این در صورتی است

که همان ابتدا، خود آنها، پیشنهاد انجام این کار را ندهند. به یاد داشته باشید که در چنین برخوردهایی، قصد و نیت مثبت داشته باشید، کمی آرامش و درک متقابل می تواند کمک زیادی به حل شکایات مشتری ها کند.

## 2. از مقصر دانستن دیگران خودداری کنید.

به عنوان عضوی از تیم خدمات به مشتری، شما باید مسئولیت پذیر باشید. اگر تیم فروش شما اشتباه بزرگی را مرتکب شد، به مشتری اجازه ندهید تا این مسئله را بفهمد. از این گذشته، برای مشتری مهم نیست که چه کسی این اشتباه را انجام داده است، آنها فقط و فقط یک راه حل از شما می خواهند. علاوه بر این، مقصر جلوه دادن مشتری باعث می شود تا نتواند به شما اعتماد کند.

انتقادهایی که نابجا بوده اند را به راحتی بپذیرید. در عوض، می توانید نظرات را به طور خصوصی، به شیوه ای محترمانه بازگو کنید؛ آموزش تکمیلی می تواند مکان تبادل نظر عالی ای برای رسیدگی به علت اصلی شکایت بدون سرزنش کردن طرف متقابل باشد.

## 3. خودتان را جای مشتری بگذارید.

کمی همدلی در حل و فصل شکایات مشتریان، تاثیر بسزایی را می تواند داشته باشد. به هر حال، بیشتر اوقات شما هم به در نقش یک مشتری قرار می گیرید و همیشه نماینده خدمات رسان به مشتری نیستید، بنابراین هنگام رسیدگی به شکایات خودتان را جای آنها بگذارید. چگونه می خواهید مشکل حل شود؟ چه چیزی باعث می شود تا بخواهید دوباره با شرکت مورد نظر معامله کنید؟



برای اینکه از این شرایط آشفته دور شوید، تجربه ای منصفانه و سازنده را به مشتری ارائه دهید. تا جایی که می توانید احساسات و نیازهای آن ها را در محدوده خط مشی های خدمات خود به مشتری قرار دهید.

#### 4. از مشتری اجازه بگیرید

قبل از اینکه با عجله تصمیمی را بگیرید، از مشتری بخواهید تا اجازه حل مشکل را بدهند. شما می توانید از این نمونه جملات استفاده کنید: "من درک می کنم که چقدر این وضعیت برای شما ناخوشایند است. آیا می توانم چند گزینه که برای بهبود این وضعیت به ذهنم رسیده است را با شما به اشتراک بگذارم؟" کاملا مشخص است که مشتری ها از شما می خواهند تا مشکلات را حل کنید، اما کسب اجازه در یک تبادلی گرم، به مشتری این فرصت را می دهد تا با میل خود با شما همکاری کند و به بهترین راه حل دست یابد. این امر باعث می شود تا به جای اینکه به صورت مشتری و نماینده خدمات رسان در مقابل یکدیگر قرار بگیرید، شما در کنار مشتری قرار بگیرید و هر دوی شما هم در مقابل مشکل مورد نظر قرار داشته باشید.

**نکته:** برای پاسخگویی سریع، یک طرح و نمونه ای جامع را ایجاد کنید.

اگر بیشتر اوقات در کسب و کارتان از جانب مشتریان نظراتی را دریافت می کنید، مطمئن شوید که صدای برند مستند و استراتژی پاسخگویی را دارید. به یاد داشته باشید که اگر متوجه شدید که در هر هفته، زمان زیادی را صرف پاسخگویی به نظرات مشتریان می کنید، می توانید نمونه قالبهای پاسخ های فوری به نظرات را دانلود کنید و از آنها به صورت اختصاصی استفاده کنید.

## نمونه هایی از پاسخگویی به شکایات:

### 1. نمونه ای از نامه پاسخگویی به شکایت

سلام، (نام مشتری)،

من این فرصت را داشتم که شکایت شما را بررسی کنم و مایلم به خاطر (مشکل) از شما عذرخواهی کنم. ممنونم از اینکه وقت گذاشتید و آن مشکل را با من به اشتراک گذاشتید تا بتوانم آن را برطرف کنم. (بازنویسی مسئله پیش آمده) چیزی است که تیم ما در (شرکت) آن را دست کم نمی گیرد. بر اساس آن چیزی که با من در میان گذاشته اید، می توانم به این صورت مشکل را حل کنم. (در مورد راه حل توضیح دهید.) من از ابتدا تا انتها روی این مسئله کار خواهم کرد، بنابراین می توانید بقیه سوالات خودتان را با پاسخ مستقیم به این نامه، مطرح کنید. چطور به نظر می رسد؟ در ضمن، من نظرات شما را با تیم خودم به اشتراک گذاشته ام و (روشی برای اطمینان بخشی از اینکه به علت اصلی شکایت رسیدگی می شود) ما از اینکه در کسب و کار خود به ما اعتماد کرده اید، باز هم از شما سپاسگزاریم.

ارادتمند شما،

(اسم خودتان)

چیزی که باعث شده تا این نامه تاثیرگذار باشد، این است که به نماینده خدمات به مشتری اجازه می دهد تا مسئولیت حل مشکل را بر عهده بگیرد. در این نامه به جای اینکه نماینده از جملاتی استفاده کند که با "ما" شروع می شوند و "شرکت" را مقصر بدانند، از جملاتی استفاده می کند که با "من" شروع می شوند تا گفتگو، خودمانی تر به نظر برسد. در واقع، این یک روش درست برای جلب اعتماد مشتری است و به آنها اطمینان می دهد که نظراتشان، نادیده گرفته نمی شوند.

## 2. نمونه ای از ایمیل پاسخگویی به شکایت

سلام، (نام مشتری)،

از اینکه مشکل تکراری شارژ را به اطلاع ما رسانده اید، متشکریم. ما متوجه شدیم که این یک رویداد مجزا بوده است و از آن زمان هم برطرف شده است. ظرف هفت روز، شاهد بازپرداخت کامل در حساب خود خواهید بود. من می توانم به شما اطمینان دهم که این مسئله، دیگر تکرار نخواهد شد و ما اقدامات سختگیرانه ای را برای جلوگیری از این امر در آینده انجام داده ایم. متوجه هستم که این مسئله باعث ناراحتی شما شده است و می خواهم اعتماد شما را دوباره به دست بیاورم. به حساب شما برای پرداخت ماه آینده، مبلغی را واریز کرده ام که در واقع این کار به همراه بازپرداخت کامل انجام شده است. اگر تا فردا به حسابتان واریز نشد، به من اطلاع دهید. (نام شرکت) از کسب و کار شما قدردانی می کند و امیدواریم که همچنان به شما خدمت کنیم.

متشکرم،

(اداره تیم)

این ایمیل ساده و در عین حال موثر، تمام اصول رسیدگی به شکایات مشتری را پوشش می دهد. در واقع، این ایمیل مشکل مشتری را تأیید می کند، از او عذرخواهی می کند و برای حل این مسئله، تلاش مضاعف می کند. در آخر، نماینده از مشتری به دلیل انجام معامله با شرکت تشکر می کند و حالا که شکایت به خوبی مدیریت شده است، علاقه خود را برای ادامه رابطه مطرح می کند.

## 3. نمونه ای از متن بازاریابی تلفنی در زمینه پاسخگویی به یک شکایت



آدرس سایت: modamcrm.com

شماره تماس: ۰۲۱-۲۸۴۲۱۶۰۸

شماره تماس و واتس آپ: ۰۹۰۳۹۱۵۱۰۷۵

کارشناس رسیدگی به شکایت: سلام، از تماس تلفنی با رستوران Pearl Provisions متشکرم. امروز، با چه کسی افتخار صحبت را دارم؟

**مشتری:** سلام، نام من پام است. من از خدماتی که هفته گذشته در رستوران پرل دریافت کرده ام، راضی نیستم. غذای خانواده‌ام به صورت سرد، سرو می‌شد و من از طرف مدیر هیچ تاییدیه ای را بابت این مسئله دریافت نکردم.

**کارشناس رسیدگی به شکایت:** پم، متأسفم که می‌شنوم تجربه بدی را در رستوران ما داشتی. می‌دانم که وعده‌های غذایی که دریافت کرده‌ای، مطابق با استانداردهای بالای ما سرو نشده است و هیچ راه حلی هم برای بهبود این وضعیت وجود نداشت.

**مشتری:** بله این درست است و من می‌خواهم این ناراحتی و خسارت، جبران شود.

**کارشناس رسیدگی به شکایت:** پم، من می‌توانم به تو اطمینان بدهم که همه چیز را درست خواهیم کرد. امیدواریم این فرصت را به ما بدهی تا بتوانیم دوباره اعتماد تو را جلب کنیم. اول، نظر تو را به گوش مدیر رستوران می‌رسانم و تأیید می‌کنم که این مسئله، بررسی و حل خواهد شد. با اجازه شما، من می‌توانم یک کارت هدیه را برای شما پست کنم که می‌توانید در هر زمان تا یک ماه آینده، در رستوران از آن استفاده کنید. آیا نسبت به انجام این کار، علاقه مند هستید؟

**مشتری:** بله، عالی خواهد بود. متشکرم.

**کارشناس رسیدگی به شکایت:** بسیار خوب، آن کارت هدیه را برای شما پست می‌کنم.

در این الگوی نمونه پاسخ به شکایت، بیان مجدد مشکل، بسیار مفید است. برای انجام این کار، نماینده به مشتری این اطمینان را می‌دهد که مشکل و تاثیری که بر

روی آنها گذاشته است را درک می کند. دنبال کردن این موضوع با یک راه حل قابل اجرا، آن را به یک الگوی کاربردی تبدیل می کند که می تواند برای هر نوع شکایتی، شخصی سازی شود (یا به عبارتی دیگر: به طور خاصی مطرح شود).

## رسیدگی به شکایات مشتری

پاسخگویی به شکایات مشتریان، به هیچ وجه امر سرگرم کننده ای نیست، اما بخشی از کار محسوب می شود. وقت گذاشتن برای ایجاد استراتژی به منظور پاسخگویی به این شکایات و رسیدگی به هر رویداد همراه با دقت و توجه باعث می شود تا به مشتریان خود نشان دهید که برای آنها ارزش قائل هستید. این امر باعث می شود که احتمال معامله آنها با رقیب، کاهش پیدا کند. دفعه بعد که می خواهید به یک نقد و بررسی و یا یک توییت پاسخ دهید یا با شخصی که نظرات خود را با کسب و کار شما به اشتراک می گذارد، ارتباط کلامی برقرار کنید، این شیوه ها که در نوع خود بهترین هستند را حتما در نظر داشته باشید.