

□ professione gestione

## Come comportarsi davanti alle lamentele

# Il cliente insoddisfatto può diventare un cliente fedele

Chi si lamenta non lo fa sempre a sproposito. E in ogni caso deve sempre trovare chi ascolta le sue rimostranze e, quando ha ragione, vedere riconosciute le ragioni delle sue critiche. Anche così si fidelizzano i clienti

di Roberto Barat

**L**a soluzione a ogni problema si basa sullo spirito di collaborazione: si riesce sempre a trovare qualcosa che soddisfi entrambe le parti. Questo assunto, che apre il libro di Rebecca L. Morgan dal titolo "Come calmare i clienti irritati" (96 pagine, 13 euro, ed. Franco Angeli), è tanto banale quanto vero. Anche al bar, dove una semplice imperfezione nel servizio, un prodotto servito alla temperatura sbagliata o una frase formulata maldestramente possono diventare motivo di perdita o fidelizzazione del cliente.

Proprio imparare a modulare il tono di voce, a porsi con la giusta postura davanti al cliente, a comportarsi educatamente e a dimostrarsi più che propensi a soddisfare le lamentele del cliente insoddisfatto sono i primi passi da compiere secondo la Morgan per trasformare una lamentela in un momento ricordato dal cliente come positivo e non come una scocciatura.

Come si calma, innanzitutto, il cliente nervoso? Ancor prima che vedere soddisfatte le sue richieste il cliente vuole: essere preso seriamente, venir trattato con rispetto, vedere che l'interlocutore sta in-



### SAI GESTIRE LE SITUAZIONI DI CRISI?

Rispondi alle domande e somma il punteggio ottenuto. Alla fine del test avrai il tuo profilo. Punteggio: 1=mai, 2=raramente, 3=talvolta, 4=abituamente, 5=sempre

Riesco a calmare i clienti aggressivi	1	2	3	4	5
<b>Quando devo fronteggiarli</b>					
Mantengo la calma	1	2	3	4	5
Non interrompo	1	2	3	4	5
Mi concentro sul problema senza distrarmi	1	2	3	4	5
Rispondo agli attacchi senza mettermi sulla difensiva	1	2	3	4	5
Non mi faccio distrarre da nessuna incombenza	1	2	3	4	5
Assumo una postura di ascolto attento	1	2	3	4	5
Assumo l'espressione facciale più consona	1	2	3	4	5
Cerco il contatto occhio-a-occhio	1	2	3	4	5
Ascolto a fondo prima di replicare	1	2	3	4	5
Prendo appunti se necessario	1	2	3	4	5
Simpatizzo con il cliente	1	2	3	4	5
Offro la mia collaborazione	1	2	3	4	5
Mi rendo conto della necessità di cercare aiuto	1	2	3	4	5
Uso un tono tranquillizzante e persuasivo	1	2	3	4	5
Uso termini pacati che smorzano il nervosismo	1	2	3	4	5
Evito di dare la colpa a colleghi e all'azienda	1	2	3	4	5
<b>Quando il cliente scontento se ne è andato</b>					
Rimango padrone delle mie emozioni	1	2	3	4	5
Evito di ripetere la storia a tutti	1	2	3	4	5
Analizzo l'accaduto e valuto le possibili alternative	1	2	3	4	5

Fonte: Punteggio riportato: da 81 a 100 ottimo; da 61 a 80 buono; da 41 a 60 non del tutto sufficiente; rivedere le proprie capacità relazionali; da 21 a 40 insufficiente; meglio chiedere aiuto al capo; da 1 a 20 scarso.  
Test tratto da "Come calmare i clienti irritati", di Rebecca L. Morgan, edito da Franco Angeli.

### LA VELOCITÀ È DECISIVA

Percentuale di clienti che torna nell'esercizio "incriminato" dopo essere incappato in un disservizio.

Ha avuto un problema, ma non lo segnala	37%	(63% non torna)
Problema non risolto	46%	(54% non torna)
Problema risolto	70%	(30% non torna)
Problema risolto rapidamente	95%	(5% non torna)

\* Clienti con grossi problemi (danni che superano i 75 euro) che si serviranno ancora dei vostri servizi.

traprendendo una qualche azione in grado di porre rimedio a quanto segnalato, sapere che potrà eventualmente ottenere un rimborso o una sostituzione per quanto non goduto. Vuole, in parole povere, essere ascoltato.

### Sapere ascoltare

Il cliente percepisce immediatamente se chi gli sta davanti gli presta davvero attenzione o se l'interesse dimostrato dal suo interlocutore è fasullo. Primo presupposto perché si verifichi questa condizione è che il gestore o l'addetto eviti di partire dal preconcetto che il cliente insoddisfatto sia sempre uno scocciatore: sarebbe davvero il modo sbagliato di affrontare il problema. Poi bisogna imparare ad ascoltare. Sembra facile, ma non lo è. Molti non riescono a concentrarsi davvero sui fatti esposti dal cliente, focalizzando il proprio interesse sui difetti di pronuncia, sui vestiti del cliente, sull'avvenenza se il o la cliente è attraente. Bisogna invece ascoltare quello che la persona sta dicendo, cercando di capire i motivi reali e lo stato d'animo. E, se non si può risolvere immediatamente il problema, dimostrare di essere interessati a quanto viene raccontato e prendere sul serio la questione per evitare di "sbagliare" di nuovo o ricadere in futuro nell'errore che ha portato alla lamentela. Insomma, se qualcuno si lamenta di un caffè servito troppo freddo costa meno rifarglielo che perdere per sempre un cliente. ■