

Ole läsnä ja kuuntele

Hyvän palvelun tärkeyttä korostavat melkein kaikki yritykset. Mistä laadukkaassa asiakaspalvelussa oikeastaan on kyse? Ja miten siitä voi saada aidosti kilpailuedun?

”Yritykset vannovat nyt hyvän asiakaspalvelun nimeen”, kertoo konsultti ja yrittäjä **Henrietta Aarnikoivu** asiakaspalvelu- ja esimiesvalmennuksiin erikoistuneesta ProTulos Oy:stä. Aarnikoivun mukaan asiakaspalvelun tärkeyden on herätty Suomessa laajemmin vasta viime vuosina.

”On ymmärretty, että hyvä palvelu on parhaimmillaan kilpailuetu, joka mahdollistaa kilpakumppaneista erottautumisen. Muutos ei kuitenkaan tapahdu hetkessä – nyt pitäisi päästä sanoista tekoihin”, Aarnikoivu toteaa.

Kiinnostu ja kuuntele

Tärkeintä asiakaspalvelussa on Aarnikoivun mielestä asiakkaan aito arvostus ja kuunteleminen. ”Tulee olla aidosti kiinnostunut asiakkaasta. Ongelmana on monesti se, että annamme mielikuvitemme asiakkaasta ohjata liikaa palvelutapahtumaa. Pahimmillaan tästä seuraa, että emme pääse perille asiakkaiden todellisista tarpeista.”

”On hyvä tiedostaa se, että ole-massa on erilaisia asiakastyyppejä – kunhan muistaa, ettei nojaudu niihin liikaa”, hän jatkaa. Asiakaspalautteet ja -tutkimukset puolestaan pitäisi hyödyntää erittäin tarkasti.

Määrittele pelisäännöt

Hyvä asiakaspalvelu ei synny vippaskonstein, vaan vaatii panostuksia koko yritykseltä. ”Asiakaspalvelun ei tulisi rajautua yksittäisen ihmisen tai yksikön jutuksi. Asiakkaan asialla on oltava koko yrityksen – johdosta tuotantoon saakka”, Aarnikoivu painottaa. Tärkeää on, että jokainen yrityksessä mieltää itsensä asiakaspalvelijaksi.

Yhteiset pelisäännöt helpottavat hyvän palvelun viemistä käytäntöön. Jokaisen työntekijän tulisi olla selvillä, mikä on yrityksen tapa palvella asiakasta. ”Tämä ei tarkoita persoonatonta mallia, vaan sitä, että kukin palvelee asiakasta omalla tyylillään, mutta tiettyjen yhteisten kriteerien mukaan.” Käytännössä kriteerit kuvaavat tapaa toimia. Ne voivat tarkoittaa esimerkiksi sitä, kuinka nopeasti vastataan asiakkaan palvelupyyntöihin, missä tilanteissa ollaan asiakkaaseen yhteydessä ja miten reagoidaan reklamaatioihin.

”On myös tärkeää, että yritys pitää huolta, panostaa henkilöstöön, mikäli asiakaspalvelusta halutaan kilpailuetu. Henkilöstön ja asiakkaiden tyytyväisyys kulkevat käsi kädessä”, Aarnikoivu painottaa. ”Pitää siis panostaa henkilöstöön ja prosesseihin sekä arvostaa ja kuunnella asiakasta”, Aarnikoivu tiivistää.

Asenne ratkaisee

Hyvä asiakaspalvelu syntyy pitkälti motivaatiosta ja halusta tehdä asiakaspalvelutyötä: Tutkimusten mukaan hyvästä palvelukokemuksesta 80 prosentin osuus selittyy asiakaspalvelijan asenteesta ja motivaatiosta. Vain 20 prosenttia on asiakaspalveluosaamiseen liittyviä tekniikoita.

”Jos ihminen on innostunut työstään ja aidosti kiinnostunut asiakkaasta, se kuuluu ja näkyy varmasti.” Aitous ja inhimillisyys ovat sitä, mitä asiakkaat toivovat. Asiakkaat arvostavat, kun heidät kohtaa inhimillinen ihminen – konemäinen palvelu ei herätä tunteita, ei ainaakaan positiivisia.

Haastavat asiakaspalvelutilanteet Aarnikoivu näkee mahdollisuuksina. Kun tyytymätön asiakas saadaan tyytyväiseksi, voi hänen sitoutuneisuutensa yritykseen jopa kasvaa.

”On tärkeää, että osoitamme olemamme asiantuntijoita ja halumme palvella asiakasta. Asiakas on kohdattava nöyrästi, mutta ei nöyristellen. Toisaalta myös asiakkaan tulisi asettua palveltavaksi eli antaa asiakaspalvelijalle mahdollisuus palvella”, Aarnikoivu toteaa. Onnistuminen on kahden kauppa – myös asiakaspalvelussa. ■