

## 9. tétel

**Határozza meg az ügyfél fogalmát! Sorolja fel és jellemezze részletesen a különböző ügyféltípusokat! Mutassa be az ügyfélkapcsolatok formáit, az ügyfélkapcsolatok kezelésének lehetséges módjait!**

**Kulcsszavak, fogalmak:**

- Az ügyfél fogalma
- Az ügyfél négy típusa
- Az ügyfélkapcsolatok formái
- Az ügyfélkapcsolatok kezelése (határozottság, objektivitás, bizalom, segítőkészség)
- Konfliktuskezelés

Az ügyfelekkel való kapcsolattartás az ügyintéző munka egyik legfontosabb feladata. Az ügyfelek elsősorban azok az üzleti partnerek, akiknek bizalma garantálja a folyamatos üzleti kapcsolatot, ennek megfelelően a cég számára az eredményességet. Fontosak a beszállítók, vagyis azok a partnerek, akiknek megbízhatósága, minősége garantálja a termelés biztonságát. Jelentős szerepe van az intézményi kapcsolatoknak, támogatásuk nélkülözhetetlen. Nem szabad figyelmen kívül hagyni a versenytársakkal való kapcsolatot sem. A velük szemben tanúsított viselkedés az etikus, tisztességes üzleti magatartás, reprezentálja a szervezetről alkotott pozitív képet, erősíti egy szakmai körben.

### **Az ügyfelek csoportosítása személyiségtípusok szerint**

**Domináns ügyfél:** rögtön a tárgyra térnek, egy percre sem halogatják a megoldást, ezért erősségük, hogy röviden, érthetően és meggyőzően közlik az ügyféllel a tudnivalókat. Szeretnek irányítani, konkrét elképzeléseik vannak, amikhez erősen ragaszkodnak. Hogyan bánjunk velük? Kerüljük a csevegést, rögtön térjünk a tárgyra. Ne vitatkozzunk velük, inkább sugalljuk a megoldást, hogy úgy érezzék, hogy saját maguk jutottak döntésre.

**Befolyásoló ügyfél:** szereti az embereket, viselkedése nyitott és módfelett barátságos. Szereti magát barátságos légkörrel körülvenni, és ez jellemzi őt munkájában is. Nagyon fontos számára a kellemes atmoszféra, és ennek hajlamos sok szempontot ennek alárendelni. Hogyan bánjunk velük? Tartsuk szem előtt, hogy náluk nem csupán a megállapodás a cél, hanem a jó kapcsolat is. Magadat is el kell adnod nekik. Próbáld meg fókuszálni a gondolataidat, hiszen ezek az emberek gyakran szétszórtak, de legyél elég rugalmas, hogy a tárgyalás kellemes élményt is jelentsen számukra.

**Kitartó ügyfél:** náluk is fontosabbak az emberi kapcsolatok, ám ő ezeknek a higgadtabb oldalát keresik: a bizalmat, a harmóniát, a békét. Nem akarja magát ráerőltetni a másokra, ezért tartózkodóan viselkedik, erős empátikus érzéssel bír, tehát könnyen bele tudja élni magát az ügyfél helyzetébe. Hogyan bánjunk velük? Vond be őket a döntés folyamatába, kérd ki a véleményüket! Hallgasd meg őket figyelmesen, mutasd meg, hogy az érdeklődés kölcsönös.

**Szabálykövető ügyfél:** A feladatközpontúak és introvertáltak, tehát befelé fordulóak. Elsőre hűvösnek, tárgyilagosnak tűnnek, és nem képesek megteremteni a baráti légkört. Alaposak, precízek és elszántak a problémák feltárásában, elemzésében és megoldásában. Hogyan bánjunk velük? Ragaszkodj a tényekhez, adatokhoz, kerüld a csevegést! Ha van a cégnek brosúrája, vagy egyéb nyomtatott anyaga, add oda nekik! Adjunk meg nekik minden szükséges adatot, amivel megkönnyíthetjük a döntésüket.

## **Az ügyfelek csoportosítása a céggel való kapcsolat szerint:**

- a. **Érdektelen ügyfél** – természetszerű, hogy a cég termékei, szolgáltatásai, tevékenysége iránt közömbös ügyfelek a szokásos üzleti diplomácián túl komolyabb bánásmódot nem igényelnek. Fontos szem előtt tartani, hogy érdektelenségük csak átmeneti, körülményeik változása folytán partnerré válhatnak. Bánásmód: ne nehezteljünk rá érdektelensége miatt, fontos a névkártya, a saját elérhetőségünk biztosítása. Örüljünk a megkeresésnek, a lehetőségnek, hogy megismerkedhettünk vele.
- b. **Tájékozódó ügyfél** – azok az üzleti partnerek akik érdeklődést mutatnak a cég iránt, már jelezték nyitottságukat, éreztették azt a szándékukat, hogy a cég alternatívaként szerepel választásukban. Őket el kell látni a szükséges információkkal, adatokkal, amely növeli az esélyét annak, hogy a későbbi döntése a cég számára előnyös lesz. Bánásmód: itt a türelem folyamatos igény szerinti információáramlás javasolt és megfontolandó.
- c. **Első ügyfél** – számos esetben fordul elő, hogy új partnerek jelennek meg a cég üzleti életében. Ők vagy tájékozódásuk döntéseként és több esetben általuk ismert vagy ismeretlen ajánlók révén kerülnek közelségbe. Bánásmód: természetesen meg kell köszönni hogy a cégünket választotta. Tudassuk vele, hogy számítunk a véleményére, tapasztalataira. Amennyiben lehetőség van rá akkor az ajánló felé is nyilvánítsuk ki köszönetünket.
- d. **Visszatérő ügyfél** – a cég számára az egyik legfontosabb személy a visszatérő ügyfél, üzleti partner. Bizonyított, hogy az erős versenyben a visszatérő partnerek megelégedettségüket, a cég iránti kötődésüket kommunikálják. Bánásmód: a visszatérő partner érzékenysége nagyobb, kényes a megfelelő bánásmódra, igényes a megfelelő szintű fogadtatásra és elvárja a megkülönböztetett figyelmességet.
- e. **Referenciaügyfél** – a cégek számára rendkívül fontos partnerkör, referenciák, referencia személyek és cégek alkotta csoport. A céggel kapcsolatos szakmai tapasztalatok által a cég hiteles meggyőző képviselői, így a legjobb érvelők, leghitelesebb reklámemberei a cégnek, szolgáltatásnak. A hozzájárulásukkal publikálható véleményük, a legnagyobb érték tud lenni a piacon a versenyben. Bánásmód: a kiemelt szintű fogadtatásra, bánásmódra még inkább oda kell figyelni, mint a visszatérő ügyfél esetében. Fontos a folyamatos kapcsolat, a visszacsatolás, például kik építettek tapasztalataikra, kiknek büszkélkedhettünk megelégedettségükkel és bizalmukkal.
- f. **Törzsügyfél** – általában nem mindig a legnagyobb forgalommal és a visszatérő ügyfélhez viszonyítva nem gyakoribb kapcsolattal jellemezhetők. Feltétlen bizalmukról adnak tanúbizonyságot azzal, hogy olyan szakmai, nem szakmai, gyakran személyes kérdésekkel fordulnak hozzánk, amelyek sokszor meglepőek, szokatlanok, de a bizalom fontos megnyilvánulásaként értékelhetők. Bánásmód: nagyon érzékenyek, ezért gyors, néha soron kívüli információ, másokat megelőző hírek publikálása az általuk kinyilvánított bizalom ellentétele. Elvárják, hogy üzleti figyelmességünk jelentős részét rájuk kell irányítani.
- g. **„Nagykövet” típusú ügyfél** – ebbe a speciális körbe tartoznak azok, akik a cég tudta nélkül, vagy a cég felkérésére ajánlják a cég szolgáltatásait, termékeit, azaz a megelégedett ügyfelek akik tapasztalataikat korlátlanul ajánlják a cég javára. A leghatékonyabb marketing munkát végzik. Bánásmód: visszacsatolást az ajánlás sorsáról, köszönetet, kiemelt figyelmességet, ajándékot, személyes figyelmességet, megfelelő publicitást, nyilvánosságot adjunk cserébe.

## **A személyes ügyfél-kommunikáció viselkedési, etikai szabályai**

Hallgassuk meg az ügyfelet figyelmesen! Ennek semmiképpen nem mond ellet, ha rákérdünk a mondanivalója lényegére.

Ne hagyjuk magunkat provokálni elhamarkodott vagy igazságtalan kijelentések által!

Próbáljunk meg alkalmazkodni a partner hangulatához, illetve a szélsőséges helyzetekben igyekezzünk ellensúlyozni: ha ideges, idegességét megnyugtatóan levezetni, ha túl bizalmas, tanúsítsunk hidegebb, távolságtartóbb magatartást.

Érzékeltessük, hogy odafigyelünk az ügyfél mondandójára, és az érdekel is minket! Ehhez többnyire elég néhány gesztus, fejbólintás, igenlés vagy visszakérdés.

Legyünk készen a váratlan helyzetek kialakulására. Ezek megoldása érdekében idő előtt semmire se kötelezzük el magunkat. Határozott állásfoglalásunk után annak kényszerű megváltoztatása pozíciónkat rontja, végső soron hiteltelenné teheti.

A kapcsolatban felvetődött probléma megoldódhat kölcsönösen előnyösen, a partner számára kedvezően, vagy nem is oldódik meg, de a kapcsolatot mindig pozitív végszóval kell befejezni: „Remélem segíthettem”, „Kívánom, hogy minél hamarabb megoldódjon az ügy...”

## **Az ügyfélkapcsolatok formái**

**Személyes ügyfélkapcsolat:** A leghatékonyabb, de a legtöbb energiát és időbefektetést igényli. Egyeztetés előzi meg. Az a fél van előnyös helyzetben, aki „hazai pályán” fogadja az ügyfeleket, ezért bizonyos esetekben érdemes semleges helyre rendezni a személyes találkozót. Főképp a bonyolult ügyekben gyakran elkerülhetetlen a személyes kapcsolat.

**Telefonos kapcsolat:** A telefonos kapcsolattartás gyors és interaktív forma. Elsősorban tájékoztatásra alkalmas. Hatásfoka alacsonyabb, mint a személyes találkozásnak, hiszen csak egy érzékszervre korlátozódik, azonban kevesebb energia befektetését is veszi igénybe. Lehet automatizált is, ha egy előre felvett üzenetet használunk, azonban ennek hatékonysága gyakran még rosszabb.

**Írásos kommunikáció:** Az írásos forma elengedhetetlen bizonyos esetekben, de fokozott figyelmet kíván, hiszen a hibák sokkal hangsúlyosabbak, és a közvetlen visszacsatolás is hiányzik. Manapság egyre népszerűbb az elektronikus levelezés, ami gyorsabb kommunikációt tesz lehetővé. A versenyszférában elvárás, hogy a beérkező leveleket 24 órán belül megválaszolják.

## **Az ügyfél-adatbázis szerkezete**

Az adatbázis-kezelő programmal kialakított ügyfél-adatbázis segít az ügyfél-, partner- és beszállítói adatbázisok racionalizálásában és bővítésében. Az ismérvek rövid elemzése alapján meghatározható az ügyfélprofil, amely nem más, mint a tipikus ügyfélre leginkább jellemző 4-5 tulajdonság.