

# ЗМІСТ

Передмова Тома Вебстера з Edison Research...	6
Вступ.....	9
Розділ 1. Чому слід позитивно ставитися до скарг.....	17
Розділ 2. Два типи хейтерів і характерні риси скарг.....	44
Розділ 3. Матриця ненависті: хто скаржиться, де та чому.....	62
Розділ 4. Обслуговування клієнтів — це глядацький вид спорту.....	73
Розділ 5. Великі «але»: 5 перешкод до надання чудового обслуговування.....	110
Розділ 6. Тактика привітання прихованих хейтерів.....	144
Розділ 7. Тактика привітання прилюдних хейтерів.....	159
Розділ 8. Майбутнє обслуговування клієнтів.....	179
Післямова.....	198

Додаток. Привітайте своїх хейтерів — зручний довідник .....	201
Подяки .....	208
Примітка автора .....	210
Перелік джерел.....	211
Іменний покажчик .....	224
Предметний покажчик .....	227
Іноземні назви .....	236
Про автора.....	239

# Чому слід позитивно ставитися до скарг

**Я**к пояснив Том Вебстер у своїй чудовій передмові до цієї книжки, я співпрацював із його фірмою — високошанованою групою зі збирання думок *Edison Research*, — щоб уважно розглянути сучасний стан ненависті. Ми обговорили очікування щодо обслуговування клієнтів та його результати з двома тисячами американських споживачів, які поскаржилися на компанію протягом попередніх дванадцяти місяців; учасники дослідження становили статистично дійсний профіль за віком, рівнем доходу, расовим складом і технологічними навичками.

Те, що ми виявили, шокувало нас і своєю складністю, і простотою: *надання відповідей на скарги підвищує прихильність клієнта в усіх каналах обслуговування. У деяких каналах більше, ніж в інших, і ми глибоко дослідимо це явище в цій книжці. Але ефект наявний у кожному місці, у якому ви взаємодієте з клієнтами. Якщо ви десь відповідаєте на скарги, це підвищує прихильність. Це виправляє погану ситуацію.*

І навпаки, *ненадання відповідей на скарги зменшує прихильність клієнта в усіх каналах обслуговування. У деяких каналах більше, ніж в інших, залежно від традицій і відповідних очікувань. Але негативний ефект мовчання також універсальний. Якщо ви не відповідаєте на скарги — навіть коли відсутність відповіді є звичною (як на сайтах онлайн-відгуків), — прихильність клієнта зменшується. Це робить погану ситуацію ще гіршою.*

Ми проаналізуємо конкретну користь від надання відповідей на скарги за видами каналів, коли будемо розглядати Матрицю ненависті в розділі 3. А зараз обміркуйте ось що: клієнти почуваються краще щоразу і будь-де, коли ви відповідаєте, та гірше, коли ви цього не робите. Наше ексклюзивне дослідження виявило, що надання відповідей на скарги має сильний, сталий і лінійний зв'язок із задоволенням чи незадоволенням клієнта. Що ще ви, імовірно, могли б зробити для цього як підприємство, окрім значного підвищення або зниження цін?

То що ж надає це дослідження та понад п'ятдесят інтерв'ю для цієї книжки? Рівняння успіху книжки «Привітайте своїх хейтерів»:

Відповідайте на кожну скаргу, у кожному каналі, кожного разу.

У кожному каналі. Ця концепція взаємодії з клієнтами в місцях, яким вони надають перевагу, — надзвичайно важлива частина підходу «Привітайте своїх хейтерів». Ідеться про те, щоб поважати право клієнта на вибір власного способу зворотного зв'язку та відповідно обслуговувати клієнтів.

«Я вважаю, що з філософської точки зору всі канали важливі. У справах зворотного зв'язку нам слід ставитися до каналів нейтрально. Немає значення, скарга це, похвала чи запитання, ми маємо взаємодіяти всюди, де бажає клієнт», — пояснює Ден Джинджисс.

Так, привітати своїх хейтерів непросто. Для цього потрібні культурна адаптація, ресурси, швидкість, товста шкіра та непохитна віра в те, що скарги — це можливість. Проте існують підприємства, які вже живуть за правилом «привітайте своїх хейтерів», і я сподіваюся, що ви приєднаєтеся до їхніх лав, коли прочитаєте цю книжку. Ви також зможете продовжити навчання (разом із доступом до безкоштовних додаткових матеріалів, які не ввійшли