



A C A D E M Y
F O R E Y E C A R E
E X C E L L E N C E .

CIBA  VISION.

Jazyk poskytování služeb

Principy poskytování služeb

- Nezapomenutelné příjemné zážitky vznikají, pokud pacienti/zákazníci cítí:
 - že jsou vítaní
 - je jim projevováno uznání, cítí se důležití
 - mohou důvěřovat
 - jsou spokojení
 - cítí, že jim nasloucháte/rozumíte
 - že se jim snažíte pomoci
- Při vytváření pozitivního dojmu z poskytovaných služeb je způsob, jakým se informace přenášejí, stejně důležitý jako to, co je sdělováno

Principy poskytování služeb

- Při setkání s neznámou osobou je instinktivní reakcí vyvolanou pudem sebezáchovy podvědomé posouzení:
 - Přítel nebo nepřítel?
 - Bezpečný nebo nebezpečný?
 - Spolupráce nebo konkurence?
 - Nadřízenost nebo podřízenost?
- Obě strany provedou okamžité vyhodnocení situace ještě před tím, než padnou první slova, toto vyhodnocení udává tón setkání
- „Lidé Vás nejprve vidí, potom teprve slyší“

Principy poskytování služeb

Zákazníci/pacienti často odpovídají stejnými emocemi, s jakými jsou přijímáni

<u>Signál ze strany poskytovatele služeb</u>		<u>Reakce zákazníka</u>
Vřelé, přátelské uvítání s úsměvem <i>„Mám tě rád“</i>	→	Otevřená, angažovaná, uvolněná, pocit bezpečí <i>„Mám tě rád“</i> <i>„Cítím se dobře“</i>
Odtažitý, pasivní, bez emocí <i>„Znamenáš práci“</i>	→	Defenzivní, protektivní, úzkostný, nekomunikativní <i>„Nejsem pro ně důležitý“</i>

Přirozené tendence poskytovatelů služeb:

- Stereotypizují pravděpodobné chování zákazníka na základě vzhledu a stylu
- Berou jakékoli negativní emoce vyjádřené zákazníkem osobně
- Předpokládají, že zákazník se snaží získat nefér výhody

Všechny tyto předpoklady mohou mít negativní důsledky pro poskytování služeb, protože nevědomky ovlivňují chování poskytovatele služeb

Při poskytování služeb dochází ke komunikaci na dvou úrovních

TICHÁ, NEVERBÁLNÍ

- Řeč těla
- Gesta
- Pohyb očí
- Výraz tváře
- **Postoj/pozice**
- Osobní vzhled/oděv

VERBÁLNÍ

- Mluvené či psané slovo

Obě úrovně ovlivňují dojem zákazníka

Zásady úspěšné neverbální komunikace

Osobní vzhled	<ul style="list-style-type: none">▪ Perfektně upravený vzhled a osobní hygiena• Konzervativní oblečení či uniforma komunikují kompetentnost/autoritu• Štítek se jménem a titulem komunikuje kompetentnost/autoritu
Výraz tváře a gesta	<ul style="list-style-type: none">• Úsměv• Podání ruky• Průběžné přikyvování a výrazy signalizující pozorné naslouchání
Pohyb očí	<ul style="list-style-type: none">• Při konverzaci udržujte oční kontakt
Řeč těla	<ul style="list-style-type: none">• Udržujte komfortní sociální prostor 60-130 cm• Udržujte stejnou výši očí, abyste se vyvarovali sdělování nadřazenosti• Vzpřímený postoj, otevřená gesta komunikují vřelost, vnímavost• Vyvarujte se nahrbení, zakládání rukou a dalších uzavřených postojů komunikujících obranné reakce, odstup

Pravidlo č.1: **Zákazníky nezajímají problémy Vaší firmy, pouze jejich vlastní potřeby**

Veškeré lidské bytosti vidí svůj život jako drama, v němž hrají hlavní roli – a jediný důležitý děj se točí kolem jejich přání

Poskytovatelé služeb musí tuto iluzi posilovat, ne bořit

Pravidlo č. 2: Nikdy se nehádejte se zákazníkem

- Nikdo ještě nikdy nevyhrál hádku se zákazníkem
- Hádká útočí na inteligenci, integritu a úsudek zákazníka – výsledkem je vždy defenzivní chování a únik
- Výměna názorů se zákazníkem by nikdy neměla být typu win-lose, ale musí být win-win

Pravidlo č. 3: **Nikdy přímo nepopírejte požadavek zákazníka**

- Přímá odpověď „ne“ vyvolává konfrontaci
- Není-li možné uznat požadavek:
 - Vyjádřete porozumění pro přání zákazníka
 - *„Rozumím, o co Vám jde...“*
 - Nabídněte alternativní řešení
 - *„Bohužel nemohu udělat ..., ale mohou udělat...“*
 - *„Přestože nemůžeme ..., bude nám potěšením ...“*

Pravidlo č. 4: **Pocity zákazníka nejsou nikdy chybné**

- Vyjádření, požadavky a rozhodnutí zákazníků jsou často nelogická – vyplývají z pocitů
- Vždy vyjadřujte porozumění pro emoce a pocity zákazníka, dokonce i když nejsou logické

„Cítil bych se stejně jako Vy, kdyby...“

„Také mě vždy rozzlobí, když...“

„Chápu, jak se cítíte...“

Pravidlo č. 5: Každý problém s poskytováním služeb je problém firmy, nikdy problém zákazníka

- Zákazník by se nikdy neměl cítit provinile, když se něco nedaří, dokonce ani v případě, že je za situaci zodpovědný
- Cílem a zaměřením řešení každé problematické situace musí být přijatelné řešení, ne obviňování

Pravidlo č. 6: **Věnujte každému zákazníkovi individuální, nedělenou pozornost**

- Pozorně naslouchejte potřebám zákazníka
- Nikdy neakceptujte vyrušování
- Nikdy se nepřestávejte věnovat jednomu zákazníkovi proto, abyste se mohli věnovat jinému, aniž byste objasnili situaci a požádali prvního zákazníka o svolení

Doporučení pro používání výrazů a frází souvisejících s poskytováním služeb

Přivítání

<u>NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ</u>	<u>POZITIVNÍ</u>
„Posad'te se prosím.“	„Vítejte!“
„Na kolikátou hodinu jste byla objednaná?“	„Děkujeme za Vaši návštěvu.“
„Za chvíli se Vám budeme věnovat.“	„Rádi Vás zase vidíme.“
„Zavoláme Vás, až budeme hotoví.“	„Hned začneme.“
„Tady se prosím podepište.“	Při každé příležitosti oslovujte zákazníka jménem
„Můžete mi ukázat kartičku pojišťovny?“	
„Jak se jmenujete?“	
„Už jste u nás byl?“	
„Platí se hned, bezprostředně po poskytnutí služby.“	
„Šeky nepřijímáme.“	

Identifikace potřeb

<u>NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ</u>	<u>POZITIVNÍ</u>
„Máte nějaké otázky?“ (málokdo se zeptá)	„Naší hlavní prioritou je kvalita Vašeho vidění a zdraví Vašich očí.“
„Co dnes potřebujete?“ (většina zákazníků to nedokáže vyjádřit)	„Souhlasíte s tím, že Vám položím několik otázek, abychom společně našli ideální řešení pro Vaše zrakové potřeby?“
„Dáte přednost variantě A nebo B?“ (uzavřené otázky poskytují méně informací)	„Záleží nám na tom, abyste byl plně spokojený s brýlemi/čočkami, které máte od nás, proto se chceme ujistit, že dobře rozumíme tomu, jak budete používat...“
„Současné brýle Vám vyhovují?“ (většina zákazníků odpoví ano, čímž poskytnou jen málo informací)	„Máte během dne problémy s viděním? Co se Vám stává?“
	„Existují nové výborné možnosti, které by Vás mohly zajímat. Pokud Vám to bude vyhovovat, seznámíme se s Vašimi potřebami, a potom Vám doporučíme, co by podle našeho názoru bylo nejlepší.“

Doporučení produktů

NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ

„V této příručce najdete Všechny možnosti. Pročtěte si jí, a potom nám řekněte, co se Vám zdá nejlepší.“

„Nejlevnější způsob jak uspokojit Vaše potřeby, je...“ (zaměření na cenu, některé zákazníky uráží)

„Tohle řešení je optimální, ale velmi drahé.“ (neprodáváme)

„Toto je čočka s vysokým indexem lomu, index lomu je 1,75.“ (zaměření na parametry/žargon)

POZITIVNÍ

„Já bych Vám doporučil...“

„Nejlepším řešením pro Vaše zrakové potřeby je...“

„Mohu Vám doporučit, co by podle mého názoru nejlépe uspokojilo Vaše zrakové potřeby?“

„Tahle moderní čočka je tak lehká a pohodlná, že úplně zapomenete, že máte na očích brýle.“ (zaměření na výhody)

Odpověď na jednoduché požadavky

<u>NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ</u>	<u>POZITIVNÍ</u>
„Dobře.“	„Samozřejmě.“
„Ano“	„Jistě.“
„To bychom mohli.“	„Velmi rád“
„Ale asi to nebude hned.“	„Samozřejmě, že můžeme.“
„Budu se muset zeptat vedoucího.“	„To je výborný nápad.“
„Myslím, že ano, ale tohle nemám v popisu práce.“	„Dobře, uděláme to hned teď.“

Odpověď na stížnosti/nesplnitelné požadavky

<u>NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ</u>	<u>POZITIVNÍ</u>
„Řídím se předpisy.“	„Rozumím, jak Vám je. Pojdme zkusit najít, co by Vás mohlo uspokojit.“
„Nemůžeme,“ „Neděláme,“ „Ne.“	„To je hrozné. Naprosto chápu Vaše rozladění. Pojdme to tedy vyřešit hned teď.“
„To není možné.“	„Jsem si jistá, že můžeme najít způsob jak Vám pomoci.“
„Měl byste mít...“	„To bohužel nejsme schopni udělat, ale můžeme...“
„Škoda, že nemáte...“	„Abychom byli ke všem spravedliví...“
„Je mi líto.“	„Nejlepší způsob, jak to vyřešíme, bude, když...“
„Vedoucí říká, že to není možné.“	

Konec setkání

<u>NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ</u>	<u>POZITIVNÍ</u>
„Potřebujete ještě něco?“	„Děkujeme za Vaši návštěvu.“
„Při odchodu se zastavte na recepci a zaplaťte.“	„Rádi jsme Vás viděli.“
„Požadujeme zálohu.“	„Těšíme se na Vaši návštěvu příští rok (datum).“
	„Pokud byste měl jakýkoli problém s Vašimi novými..., okamžitě nám zavolejte.“
	„Vážíme si Vaší důvěry...“
	„Jakým způsobem byste to tedy chtěl dnes řešit?“
	„U ... je obvyklé vybírat zálohu.“

Objednávání a dotazy po telefonu

<u>NEGATIVNÍ/NEUTRÁLNÍ</u>	<u>POZITIVNÍ</u>
„Vydržte.“	„Počkal byste prosím chvíličku na telefonu, než dokončím prvního pacienta?“
„Kdo volá?“	„Smím panu doktorovi říct, kdo volá?“
„Doktor nemá čas.“	„Pan doktor se právě věnuje jinému pacientovi.“
„Jak se jmenujete?“	„Můžete mi prosím dát telefonní číslo, a pan doktor Vám zavolá asi tak za deset minut, až bude mít čas?“
„Zavolejte si za deset minut.“	„Moment, prosím, zjistím to.“
„Nevím.“	„Šlo by to v úterý v 10 hodin dopoledne.“
„V úterý v 10 hodin dopoledne.“	„Můžete mi prosím nadiktovat jméno?“