

KLIENTA VAJADZĪBU IZZINĀŠANA JEB PRASME JAUTĀT

Vadot sarunu un izzinot klienta vajadzības, vissvarīgākā ir prasme jautāt. Ne velti Voltērs ir teicis: "Vairāk spried par cilvēku pēc viņa jautājumiem, nevis pēc atbildēm."

Prasmi jautāt ir pietiekami viegli apgūt, lietot un nemitīgi pilnveidot. Vajadzīga tikai paša cilvēka – klientu apkalpotāja – vēlēšanās.

Klientu apkalpošanas sarunās jautājumi tiek uzdoti tāpēc, lai:

- a) *uz tiem saņemtu atbildes;*
- b) *jautātājs parādītu savu izdomu un plašās zināšanas, uzdodot dažādus jautājumus;*
- c) *pārsteigtu vai apmulsinātu klientu;*
- d) *izzinātu klienta vajadzības;*

Jautājumi ir galvenais klientu apkalpošanas sarunas instruments, plašākā nozīmē, uzklaušanās instruments.

Jautājumus var izmantot, lai uzsāktu sarunu ar klientu vai izkustinātu no vietas strupceļā nonākušu sarunu, kā arī lai kļiedētu klienta dusmas, iegūtu laiku, kas nepieciešams domāšanai, lai noskaidrotu, kādas ir pārējo sarunas dalībnieku vajadzības un darbības motīvi, un, protams, lai iegūtu informāciju. Šo jautājumu lietošanas iespēju sarakstu varētu turpināt bezgalīgi.

Vai esat gatavs iepazīt dažādus jautājumu veidus, kas palīdzēs Jums izzināt klienta vajadzības un vēlmes? Ja Jūsu atbilde ir *Jā!*, tad uz priekšu!

Atvērtie jautājumi klientam zināmā mērā sniedz izvēles brīvību – ko, cik daudz un kā atbildēt.

1. ATVĒRTIE UN SLĒGTIE JAUTĀJUMI

Atvērtie jautājumi, apkalpojot klientus, ir efektīvs sarunas vadīšanas līdzeklis. Tie tiek lietoti galvenokārt sarunas sākumā, tādējādi mudinot klientu sākt stāstīt un runāt pilnos teikumos, sniedzot plašu atbildi. Uz šiem jautājumiem ir grūti atbildēt 1–2 vārdos, viņi liek cilvēkiem atvērties un runāt.

Atvērtie jautājumi ir intereses un cieņas apliecinājums, veicina savstarpējo uzticību, palīdz pilnībā izprast, ko vēlas klients, noskaidrot viņa jūtas, kā arī liek justies kā svarīgai personai un dod iespēju vienkārši parunāties.

Atvērtie jautājumi klientam zināmā mērā sniedz izvēles brīvību – **ko, cik daudz un kā atbildēt**.

Atvērtie jautājumi parasti sākas ar *Kas...?, Kā...?, Kurš...?, Kad...?, Kur...?, Ko...?, Kāds...?, Kāpēc...?*

Jautājumi, kuri sākas ar *Kāpēc?*, apkalpojot klientu, jālieto ļoti uzmanīgi, jo tie bieži tiek uztverti kā **nosodījums vai moralizēšana**, piemēram, "Kāpēc Jūs dokumentus iesniedzat tikai šodien?"

Slēgtie jautājumi ir noderīgi tās informācijas precizēšanai, ko esat saņēmuši, vai arī lai saīsinātu to klientu atbildes, kuri ir sevišķi runīgi. Slēgtie jautājumi mudina klientu atbildēt īsi un konkrēti (1–2 vārdos), apstiprināt vai noraidīt izvirzīto hipotēzi. Tāpēc atbildes uz slēgtajiem jautājumiem bieži ir *Jā* vai *Nē*.

Slēgtie jautājumi visbiežāk sākas ar *Vai...?, Cik...?*

Slēgtās grupas jautājumi var sākties arī ar *Vai Jūs gribētu...?* un *Vai Jūs varētu...?*. Piemēram, "Vai Jūs, lūdzu, varētu iedod savu pasi?"

2

Reizēm slēgtais jautājums var sākties ar *Kurš...?*, piemēram, "Kurš koks ir jāpārstāda?". Uzdodot šādu jautājumu, saņemsim konkrētu atbildi: "Tuvākais pie vārtiem."

Ja sarunās klientam vienmēr uzdosiet slēgtus jautājumus, tad saņemsiet atbildes *Jā* vai *Nē* un Jūs kā klientu apkalpotājs drīz atskārtīsiet, ka no šādām klienta sniegtajām atbildēm ir grūti ievākt nepieciešamo informāciju par klienta vajadzībām, vēlmēm, pieredzi vai uzskatiem par kādu produktu vai pakalpojumu.

Piemērs.

Klientu apkalpotājs: "Vai Jūs izmantojat biļešu rezervēšanas pakalpojumus darījuma braucieniem?" (slēgts jautājums)

Klients: "Jā." (slēgta atbilde)

Slēgtie jautājumi var būt ļoti noderīgi, piemēram, ja vēlaties noskaidrot, vai Jūsu klients vai kolēģis arī studē vai ne, tad daudz vienkāršāk ir pajautāt "Vai Jūs studējat augstskolā?" nekā "Ko Jūs domājat par studijām augstskolā?". Iespējams, ka esat sastapuši klientus, kuri, atbildēdami uz Jūsu "Iso" (slēgto) jautājumu "Vai Jūs šobrīd studējat augstskolā?", nolasa veselu lekciju un pastāsta, ko viņi domā par studentiem un studijām vispār, piemin visus iespējamās politikas, izglītības un karjeras jautājumus, kam ir kaut niecīgs sakars ar studijām.

Tomēr situācijās, kad vēlaties, lai klients Jums atklāj savas vajadzības, uzskatus par kādu produktu vai pakalpojumu vai izjūtas, izjautāšanu labāk sākt ar atvērtiem jautājumiem.

Tagad pievērsiet uzmanību nākamajam piemēram, kurā klientu apkalpotājs klientam uzdod atvērtu jautājumu un klients sniedz atvērtu atbildi, tādējādi iegūstot vairāk informācijas, kuru iespējams izmantot tālākā sarunas gaitā.

Piemērs.

Klientu apkalpotājs: "Kāda veida rezervācijas pakalpojumus Jūs pašlaik izmantojat darījuma braucieniem?"

Klients: "Mēs izmantojam lidojumu un viesnīcu rezervēšanas pakalpojumus gan tepat Eiropā, gan arī Tālos Austrumos."

Slēgtu jautājumu ir viegli pārveidot par atvērtu jautājumu, pievienojot vienu vai divus būtiskus vārdus, piemēram, kāds, kad, kur, kurš un kāpēc, jautājuma sākumā.

Piemērs.

Slēgtie jautājumi

Vai Jūs izmantojat Internet bankas piedāvātos pakalpojumus?

Vai Jums ir kādas problēmas, kas saistītas ar Internet bankas lietošanu?

Vai Jums patīk ceļot?

Vai šis process varētu tikt uzlabots?

Vai Jūs to izdarījāt/paveicāt?

Vai ir iespējamas izmaiņas?

Vai ir vēl kādi citi iemesli?

Atvērtie jautājumi

Cik plašā mērā Jūs izmantojat Internet bankas piedāvātos pakalpojumus?

Kāda ir Jūsu pieredze, izmantojot Internet banku?

Kādas ir Jūsu domas par ceļošanu?

Kā šis process varētu tikt uzlabots?

Kā Jūs to izdarījāt/paveicāt?

Kādas izmaiņas nestu augļus?

Kādi būtu vēl citi Jūsu iemesli, kas...?

2. PRECIZĒJOŠIE (IZZINOŠIE) JAUTĀJUMI

Precizējošie (izzinošie) jautājumi ir tādi jautājumi, kas ir vērsti uz kaut ko konkrētu, lai palīdzētu Jums un Jūsu klientam vienoties.

Precizējošie jautājumi **palīdz**:

- uzzināt pēc iespējas vairāk par to, kas klientam nepieciešams;
- noskaidrot jebkādus iebildumus, kas var rasties klientam attiecībā uz Jūsu piedāvājumu;
- gūt lielāku klienta atsaucību uz Jūsu piedāvājumu.

Precizējošie jautājumi **sarunai piešķir jēgas un virziena nozīmi**. Šādi jautājumi var tikt izplānoti iepriekš – jau pirms sarunas ar klientu. Protams, Jūs nevarat paredzēt klienta atbildes, jo viņi mēdz būt dažādi. (Atcerieties nodarbību par klientu tipiem!) Bet, ja Jūs jau iepriekš papildus esat sagatavojis dažus jautājumus, Jums ir lielāka iespēja sasniegt Jūsu izvirzītos sarunas mērķus arī tajā situācijā, ja saruna ievirzījies citā gultnē, nekā bijāt plānojis.

Tā kā vairumam klientu nepatīk, ja tiek uzdots daudz jautājumu (īpaši, ja vēl ātri), tādēļ tie ir jāizsaka vienmērīgā, atbrīvotā, zemā balss tonī. Izvairieties no ātri izteiktiem, uzbrūkošiem jautājumiem. Ļaujiet klientam atbildēt!

Pēc jautājuma uzdošanas **uzmanīgi noklausieties klienta sniegto atbildi** – tā Jums dos “pavedienu”, kā risināt sarunu tālāk.

Uzdodot atbilstošus jautājumus pareizajā vietā, Jūs iedrošināsiet klientus būt atsaucīgiem, respektīvi, sniegt atbildes uz Jums interesējošiem jautājumiem. Sarunas gaitā Jums būs iespēja novērtēt sava klienta reakciju uz vienu vai otru jautājumu. Tas dos Jums iespēju pārbaudīt Jūsu pieņēmumus un mazināt pārpratumus. Atcerieties, ka, izzinot klienta vajadzības un jautājumus, kāpēc viņš tieši **pie Jums** atnācis, un piedāvājot to risinājumus, **drīkstat balstīties tikai uz secinājumiem, nevis pieņēmumiem**.

Lai to izdarītu, izmantojiet kādu no tālāk minētajiem jautājumiem:

- “Vai varat precizēt, ko Jūs ar to domājat?”
- “Jūs sacījāt, ka šāda veida problēmas radās tad, kad aizstājāt ar citu Jūsu jau ierasto materiālu/produktu?”
- “Jūs grasījāties man pastāstīt par to, kas notika pēc tam, kad...”
- “Ļaujiet man rezumēt, ko esmu šobrīd sapratis. Jūs teicāt, ka..., un tad ... Vai ir vēl kas, ko Jūs vēlētos piebilst?”
- “Vai Jūs man nepaskaidrotu sīkāk?”
- “Tātad, Bērziņas kundze, Jūs apgalvojat, ka Jūs vēlētos... Vai tā?”
- “Gribēju noskaidrot, kas ir tas, kas manā piedāvājumā Jums šķiet nepieņemams ...”
- “Kādas ir Jūsu domas par šo piedāvājumu?”
- “Šķiet, ka Jūs tomēr par kaut ko raizējaties. Vai Jūs man nepateiktu, kas tas ir?”
- “Jūs uzskatāt, ka mans priekšlikums ir saprātīgs, taču Jūsos jaušamas šaubas. Ko es varu darīt, lai to labotu?”
- “Esam apsvēruši vairākas iespējas. Kura no tām, pēc Jūsu domām, nodrošinātu vislabāko risinājumu?”
- “Kas konkrēti ir tāds atgadījies un liek Jums tā domāt?”

Atcerieties – ja ar vienu precizējošo jautājumu nepietiek, uzdodiet nākamo, līdz esat noskaidrojis visu nepieciešamo informāciju.

“Pajautāt – minūti kaunēties; nepajautāt – visu mūžu kaunēties.”

(Japāņu teiciens)

3. ALTERNATĪVIE JAUTĀJUMI

Alternatīvie jautājumi ir tādi jautājumi, kas mudina klientus pieņemt lēmumus.

Šos jautājumus nebūtu ieteicams uzdot sarunas sākumā, bet gan tad, kad esat jau precizējuši galvenās klienta vēlmes. Piemēram, Jūs esat noskaidrojuši, ka klients vēlas iegādāties tumšu kreklu. Izmantojot alternatīvo jautājumu, Jūs piedāvājat klientam izvēles iespējas – iegādāties zilu vai melnu kreklu –, un klients izvēlas sev tās krāsas kreklu, kas visvairāk atbilst viņa vēlmēm, gaumei un interesēm. Jūs esat palīdzējuši klientam izvēlēties.

Piemērs.

Klientu apkalpotājs: "Kuru, Bērza kungs, Jūs izvēlētos – melno vai zilo kreklu?"
(alternatīvais jautājums)

Klients: "Zilo."

4. VIRZOŠIE JEB UZVEDINOŠIE JAUTĀJUMI

Virzošie jeb uzvedinošie jautājumi ir līdzīgi alternatīvajiem jautājumiem, bet tos lieto situācijās, lai palīdzētu klientam, kurš nav pārliecināts par pareizo problēmas vai jautājuma risinājumu, ātrāk izlemt.

Uzvedinošie jautājumi sastāv no **apgalvojuma un jautājuma**, kas jau ietver vēlamo atbildi.

Piemērs.

Klientu apkalpotājs: "Jums būtu izdevīgi, ja es šo līgumu sagatavotu jau šodien, vai ne?"

Klients: "Jā!"

Virzošā jeb uzvedinošā jautājuma saturs, vārdu krājums un balss modulācija ietver konkrētu atbildi, kuru gaidām no klienta, un šī atbilde ir – **Jā!**

Piemērs.

Klientu apkalpotājs: "Jūs taču būtu ieinteresēts braukt ar jaunu automašīnu jau šodien, vai ne?"

Klients: "Jā."

Klientu apkalpotājs: "Un Jums taču interesē iespējas, kā lietot mašīnu šodien, bet maksāt rīt, vai ne?"

Klients: "Jā."



Virzošā jeb uzvedinošā jautājuma saturs, vārdu krājums un balss modulācija ietver konkrētu atbildi, kuru gaidām no klienta, un šī atbilde ir – **Jā!**

Ieteikums! Lai izvairītos no situācijām, kad klients sāk just neuzticību pret klientu apkalpotāju (to visbiežāk norāda klienta neverbālā uzvedība – klients ieņem slēgtu

Taču esiet uzmanīgi, izvēloties šī veida jautājumus sarunas sākumā, jo klienti tos var uztvert kā cenšanos manipulēt ar viņiem.

- uzdot uzvedinošos jautājumus tikai tad, kad esat pārliecināts, ka atbilde, ko vēlaties dzirdēt no klienta, ir labākais iespējamais risinājums ne tikai Jums un uzņēmumam, bet arī klientam;
- uzmanīgi klausīties, vai klienta atbildē uz uzvedinošo jautājumu nesadzirdat klienta pretestību vai šaubas.