

KLIENTA VAJADZĪBU IZZINĀŠANA JEB PRASME JAUTĀT 2.

5. HIPOTĒTISKIE JAUTĀJUMI

“Ja mēs atvērtu augstskolas filiāli Kurzemē, vai tas Jūs interesētu?”

Hipotētiskie jautājumi var būt gan atvērtas, gan slēgtas formas jautājumi un lieliski piemēroti, uzsākot sarunu ar klientu vai novēršot sarunu, kas negaidīti ir nonākusi strupceļā.

Izmantojot hipotētiskos jautājumus, Jūs varat pozitīvi mainīt negatīvi noskaņota klienta uztveri, sniedzot viņam kā vielu pārdomām hipotētiska rakstura situācijas. Jautājums ļauj izteikt pieņēmumus un situācijās iesaistīt klienta iztēli, kā arī uzzināt klienta iespējamo rīcību.

Šim jautājuma veidam ir šāda priekšrocība – Jūs kā klientu apkalpotājs pats varat izvēlēties tādu sarunas scenāriju, kas dod Jums iespēju parādīt Jūsu piedāvātā produkta vai pakalpojuma pārkumu, salīdzinot to ar citiem.

Veidojot hipotētiskos jautājumus, lietojiet Jūsu hipotēzes ievadā “*Ja nu...*” vai “*Pieņemsim, ka...*”. Meistarīgi šo hipotētiskā jautājuma ievadu “...un ja nu...” savās reklāmās Latvijā šobrīd izmanto apdrošināšanas kompānija “IF”.

6. PAMUDINOŠIE JAUTĀJUMI

Pamudinošie jautājumi ir formulēti tā, lai klients tiktu pamudināts sniegt informāciju pēc paša vēlēšanās. Tie mudina nerunīgus klientus būt atsaucīgākiem un sniegt informāciju, kas palīdzētu rast piemērotāko risinājumu problēmai. Ir klienti, kuriem nepieciešams palīdzēt turpināt iesākto atbildi. Piemēram, sarunā klients Jums minēja, ka viņam radušās dažas problēmas, lietojot jauno datorprogrammu, tomēr konkrēti netiek runāts, kādas problēmas vai jautājumi viņam radušies, strādājot ar to. Lai varētu klientam palīdzēt gūt prieku par iegādāto preci (jauno programmu) ir jāuzzina, kādas tieši problēmas ir radušās. Te lieliski noderēs precizējošie un pamudinošie jautājumi.

Izmantojot pamudinošo jautājumu, Jūs uzaicināt vai pamudināt klientu turpināt izklāstīt aizsākto tēmu. Veidojot šos jautājumus, noderīgas ir frāzes – “**Pastāstiet kaut ko vairāk ...!**”, “**Aprakstiet to ...!**”, “**Akcentējiet svarīgāko!**”, “**Raksturojiet galvenās problēmas!**”.

Piemērs.

Klients: “Man reiz bija tāda situācija.”

Klientu apkalpotājs: “Tas tik tiešām ir interesanti, Bērza kungs! Pastāstiet man kaut ko vairāk par šo atgadījumu!”

Klients: “Ziniet, bija tā...”

7. ATBALSOJOŠIE JEB SPOGUĻJAUTĀJUMI

Atbalsojošie jeb spoguļjautājumi palīdz uzzināt vairāk informācijas par konkrēto tēmu. Jautājumi tiek veidoti, pamatojoties uz klienta teikto. Tajā tiek atrasts svarīgākais vārds vai frāze, par kuru ir vēlme vai nepieciešamība uzzināt kaut ko vairāk, un, kāpinot intonāciju, teikums vai tā daļa tiek pārvērsts par jautājumu.

Dažkārt šos jautājumus sauc arī par **papagaiļjautājumiem**.

Ar šiem jautājumiem lieliski prot apieties bērni, kad viņi vēlas uzzināt kaut ko vairāk par kāda izteiktā apgalvojuma pamatojumu vai arī nevēlas darīt to, ko likuši vecāki. Piemēram, vecāki lūdz savam bērnam saklāt gultu, sakot: "Lūdzu, saklāj gultu!" Bērns šobrīd to nevēlas darīt, un viņš vecākiem pārjautā: "Saklāt gultu?" "Jā," bērnam atbild vecāki, "saklāj savu gultu!" Bērns, izmantojot atbalsojošo jautājumu, vēlreiz pārvaicā: "Savu gultu?"

Bērnam pietiks pacietības, lai uzdotu dažādus jautājumus vecākiem. Kā Jums šķiet, vai bērna vecākiem pietiks pacietības uz šiem jautājumiem atbildēt?

Tātad vēlreiz precizējam, kā uzdot atbalsojošos jautājumus:

1. Rūpīgi uzklausiet klienta teikto.
2. Atkārtojiet pēdējo vai dažus pēdējos vārdus (vai arī tos vārdus, par kuriem vēlaties uzzināt kaut ko vairāk), ko teicis klients.

Piemērs.

Klients: "Es gribētu zināt, kādēļ Jūs rēķinu izsūtījāt divos eksemplāros?"

Klientu apkalpotājs: "Divos eksemplāros?"

3. Lai apgalvojumu pārveidotu par jautājumu, teikuma beigas izsakiet ar kāpjošu intonāciju.
4. Pēc tam pagaidiet, lai klients varētu atbildēt un pateikt savas domas par konkrēto vārdu vai izteikumu.

8. NEPABEIGTĀ TEIKUMA METODE

Klientu apkalpošanā ir situācijas, kad nepieciešams uzzināt daudz sīkas, detalizētas informācijas. Ja to dara, uzdodot virkni parastu jautājumu, klientam var rasties iespaids, ka viņš tiek nopratināts.

Viena no iespējām ir izmantot **nepabeigtā teikuma metodi**. Šī metode ir noderīga tiešajā jeb personiskajā saskarsmē ar klientiem, kā arī sarunājoties ar viņiem pa tālruni. Ar šīs metodes palīdzību varam viegli uzzināt visu nepieciešamo informāciju, neizklausoties ziņkārīgam un uzbāzīgam.

Izmantojot šos jautājumus, klients netieši tiek iesaistīts sarunā. Tajā pašā laikā viņš skaidri saprot, kāda informācija ir nepieciešama. Ērti šo jautājumu iesākt ar vārdu **un**. Piemēram, "Un Jūsu mājas adrese ir ...?"

Daži ieteikumi, kas būtu jāievēro, lai efektīvi varētu izmantot nepabeigtā teikuma metodi:

1. Iesāciet, bet nepabeidziet teikumu.
2. Nedaudz kāpiniet intonāciju, sakot pēdējo vārdu.
3. Pēc tam pagaidiet un ļaujiet klientam pabeigt iesākto teikumu.

Piemērs.

Un Jūsu tālrunis ir ...?

Un Jūsu nostāja šajā jautājumā ir ...?

KOPSAVILKUMS

Sarunas vadīšanā un klienta vajadzību izziņāšanā vissvarīgākā ir **prasme jautāt**. To ir pietiekami viegli apgūt, lietojot un nemitīgi pilnveidojot.

Jautājumus klientu apkalpošanā izmanto, lai:

- uzsāktu sarunu ar klientu;
- izkustinātu no vietas strupceļā nonākušu sarunu;
- kļiedētu klienta dusmas;
- iegūtu laiku, kas nepieciešams domāšanai;
- noskaidrotu, kādas ir klienta vajadzības un darbības motīvi;
- iegūtu informāciju.

Atvērtos jautājumus izmanto, lai izvērstu sarunu un iegūtu nepieciešamo informāciju.

Slēgtos jautājumus izmanto, lai precizētu informāciju un noskaidrotu atbildes uz konkrētiem jautājumiem.

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

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

Virzošie jeb uzvedinošie jautājumi palīdz ātrāk izlemt tiem klientiem, kuri nav pārliecināti par pareizo problēmas vai jautājuma risinājumu.

Hipotētiskie jautājumi var būt gan atvērtas, gan slēgtas formas jautājumi un lieliski piemērojami sarunas uzsākšanai ar klientu un strupceļa novēršanai.

Pamudinošie jautājumi ir formulēti tā, lai klients tiktu pamudināts sniegt informāciju pēc paša vēlēšanās. Tie mudina nerunīgus klientus būt atsaucīgākiem un sniegt informāciju, kas palīdzēs rast piemērotāko risinājumu problēmai.

Atbalsojošie jeb spoguljautājumi palīdz uzzināt vairāk informācijas. Jautājums tiek veidots, pamatojoties uz klienta teikto. Tajā tiek atrasts svarīgākais vārds vai frāze, par kuru vēlaties vai ir nepieciešams uzzināt kaut ko sīkāk, un, kāpinot intonāciju, teikums vai tā daļa tiek pārvērsts par jautājumu.

Nepabeigtā teikuma metodi ieteicams izmantot situācijās, kad nepieciešams uzzināt daudz sīkas, detalizētas informācijas. Ar šīs metodes palīdzību varam viegli uzzināt visu nepieciešamo informāciju, neizklausoties ziņkārīgam un uzbāzīgam. Šī metode ir noderīga tiešajā jeb personiskajā saskarsmē ar klientiem, kā arī sarunājoties ar tiem pa tālruni.

Atcerieties – **jebkura no metodēm var zaudēt savu efektivitāti, ja tā tiek izmantota pārāk bieži vai nepiemērotās situācijās!** Tāpēc iesaku izmantot šo jautājumu kopā ar citiem jautājumu veidiem, kurus apskatījām šajā nodarbībā.