



Качество обслуживания клиентов во многом влияет на репутацию компании. При хорошем отношении к каждому отдельно взятому клиенту клиентская база будет постоянно увеличиваться за счет его родственников и соседей, которым он порекомендует проверенную им компанию. Но если этот один клиент останется недовольным, то это также вызовет так называемое «сарафанное радио», но уже с отрицательным для компании эффектом.

Опыт, приобретенный людьми во время работы с определенной компанией, наряду с той информацией, которую они получают от родственников и знакомых, влияет на их отношение к этой компании и перспективу налаживания деловых взаимоотношений с ней. В первую очередь, компания должна понять, что имеет наибольшее значение для клиентов. Здесь универсальными истинами считаются доступность услуг и скорость их предоставления.

Следует отметить, что улучшение обслуживания клиентов должно начинаться с сотрудников компании. В системе обслуживания клиентов самым важным является менеджер, который напрямую управляет кадрами. Его основными качествами являются сопереживание и последовательность. Очень большое значение имеет опыт, хотя его можно назвать палкой о двух концах: если его слишком много, то представитель может выглядеть педантичным и снисходительным; если слишком мало, то представитель не сможет сориентироваться в деликатных ситуациях.