

## Un metodo per gestire le lamentele dei clienti

**Data Articolo: 15 Ottobre 2012**

**Autore Articolo: Francesco Di Bitonto**

Vediamo oggi in che modo trasformare le lamentele dei clienti in occasioni per **promuoverci** e **rinnovare** con efficacia i nostri servizi, senza rischiare di perdere le staffe e anche il cliente. Chi é in grado di **RICONOSCERE** prima e **GESTIRE** poi le lamentele dei clienti chiude ogni trattativa e contrasto con **successo** e **soddisfazione** di entrambi.

Quante volte il cliente fa affermazioni che non riusciamo proprio a condividere, né a giustificare? Del tipo “i prezzi della consulenza troppo elevati!” Oppure affermazioni sul costo di una prestazione che, secondo lui, non é giustificata dal tempo impiegato. Per non parlare, poi, delle situazioni nelle quali il cliente urla e sbraita e sembra che non si possa far nulla, se non reagire contro di lui con altrettanta emotività.

Vale la pena sottolineare innanzitutto che secondo le statistiche **il 96% dei clienti insoddisfatti non reclamano**. Molti infatti ritengono che reclamare non porti mai a niente di buono. La conseguenza, però, è che, senza saperlo, quei clienti quasi sicuramente li perderemo o, nella migliore delle ipotesi, non parleranno bene di noi ad amici, colleghi e conoscenti.

Quindi, la **prima cosa da fare** assolutamente é **RIVALUTARE LE LAMENTELE**. Vi assicuro che per lamentarsi ci vuole coraggio, impegno, forza d'animo ed energia mentale e fisica. Pensiamoci un attimo. Quando vogliamo protestare o lamentarci per qualcosa che non é andata come volevamo, manifestiamo sempre in modo diretto la nostra lamentela al destinatario? Se in un ristorante si mangia male, andiamo in cucina dal cuoco a protestare e ci lamentiamo apertamente con il titolare? O semplicemente non ci andiamo più? Dipende dalle situazioni, certo. Se a quel posto ci tenevamo particolarmente, con ogni probabilità andremo a lamentarci.

Quindi l'equivalenza che ne esce é **MI LAMENTO = CI TENGO**.

Chi si lamenta in realtà sta manifestando interesse a continuare a darci fiducia, a patto che le cose vengano fatte come egli vorrebbe.

La **seconda cosa da fare** é **NON NEGARE LA SUA LAMENTELA**. In quel momento la cosa migliore da fare é **ASCOLTARE** senza interrompere, magari annuire, e dimostrare comunque **COMPRESIONE**.

La **comprensione é l'ingrediente principale dell'empatia**. Comprendere non significa condividere o dare ragione, ma solo **ASSUMERE IL SUO PUNTO DI VISTA**. Quando egli ha espresso la lamentela, solo dopo che ho dimostrato di averla compresa posso portare le mie argomentazioni, cercando di far sì che lui comprenda il mio punto di vista.

**Terzo e ultimo punto** é **NON SMINUIRE LA SUA LAMENTELA**. Se un cliente dice che la mia parcella é

troppo cara e io rispondo: "A me non sembra così cara", sto solo svalutando la sua affermazione.

Meglio dire qualcosa del tipo: "mi rendo conto che la parcella potrebbe sembrarle elevata e forse al posto suo direi la stessa cosa". In tal modo mi ALLINEO al suo punto di vista, senza necessariamente dargli ragione per poi affermare: "Adesso le spiego perché l'ho dovuta fare così con tutte queste voci....." spiegando poi le mie ragioni e il mio comportamento.

Le radici psicologiche delle reazioni positive dei clienti derivano dal fatto che le persone in generale **amano parlare ed essere ascoltate** piuttosto che il contrario. Inoltre quando si sentono COMPRESI **scatta il meccanismo sociologico dell'empatia**.

Applica subito questi concetti ed esercitati a gestire le lamentele nel modo descritto e sarai rispettato e apprezzato da tutti i clienti, non solo quelli buoni, ma anche da quelli brontoloni!

Francesco Di Bitonto