Профессиональная этика и этикет

100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм»,

100110.65 «Домоведение»

Институт Сервиса, моды и дизайна; кафедра Сервиса и моды

Слесарчук Ирина Анатольевна

Тема 8. Этика сервисной деятельности

Лекция 14

ВГУЭС

План лекции

1. Этические принципы и нормы работников сервисных предприятий
2. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа
3. Этические нормы поведения при возникновении жалоб и конфликтов в обслуживании клиентов
4. Типы потребителей (клиентов) и взаимодействие с ними

1 вопрос

ЭТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И НОРМЫ РАБОТНИКОВ СЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ключевые принципы и нравственные категории для сервисной деятельности

совокупность правил и форм делового общения, способствующая установлению между руководителем и подчиненными атмосферы взаимопонимания, взаимоуважения

- честность и порядочность по отношению к окружающим;
- совестливость и открытость в отношениях с потребителями;
- уважение к их достоинству;
- осознание своего профессионального долга (обязанностей) во взаимодействии с ними

Нормы служебной этики при взаимодействии с клиентом

- внимательность, вежливость;
- выдержка, терпение, умение владеть собой;
- хорошие манеры и культура речи;
- способность избегать конфликтных ситуаций, а если они возникают, успешно разрешить их, соблюдая интересы обеих сторон.
- обходительность, любезность;
- радушие, доброжелательность;
- тактичность, сдержанность, заботу о потребителе;
- самокритичность по отношению к себе;
- готовность быстро реагировать, удерживая в зоне внимания сразу несколько человек или разные операции, которые осуществляются в процессе обслуживания;
- умение держаться спокойно и доброжелательно даже после обслуживания капризного клиента или напряженной смены;
- умение избегать неудовольствий клиентов и конфликтов.

Недопустимые поведения и личностные качества, несовместимые с профессиональной этикой обслуживания

- грубость, бестактность, невнимательность, черствость;
- нечестность, лицемерие;
- воровство, жадность, эгоизм;
- болтливость, разглашение приватной информации о клиентах, обсуждение с кем бы то ни было их недостатков и слабостей;
- неуступчивость, желание взять верх над клиентом, подчинить его интересы своим.

2 вопрос

ТАКТИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ЭТАПАХ СОВЕРШЕНИЯ ЗАКАЗА

Этапы обслуживания

- Установление контакта с клиентом
- Уточнение потребностей клиента
- Удовлетворение потребностей
- Обратная связь

Установление контакта

При встрече:

- Сразу обратить внимание
- Поприветствовать
- Если Вы заняты, сказать, когда освободитесь

На этапе обслуживания:

- Создавать комфортную для клиента дистанцию общения
- Мимика: улыбка, живое выражение лица
- Поддерживать зрительный контакт с клиентом
- Открытые позы
- Не встречайте по одежке!

Уточнение потребностей

Необходимо:

- Задавать вопросы для прояснения
  - Позволяют собрать информацию
  - Поддерживают инициативу клиента
  - Дают возможность клиенту понять свои потребности
- Услышать потребности клиента
  - Использовать приемы активного слушания (побуждение, уточняющие вопросы, перефразирование)

Неудачные и нетактичные реплики продавца

Реплики продавца	Психологическая реакция покупателя (скрытая или явная)
Что вас интересует?	А какое твое дело? И откуда я знаю, что меня заинтересует?
Вам помочь?	А я что, похож на убогого? Сам не справлюсь?
Вам что-то показать?	Я что, слепая? Сама не увижу?
Что вам нужно? Что вы хотите посмотреть? Что вы будете покупать?	Я в магазине или на допросе у следователя?
Выбрали уже нужный товар? Нашли уже?	А я никуда не спешу! А если вам некогда, то я могу пойти и в другой магазин

Удовлетворение потребностей

Тип клиента	Поведение клиента	Ожидания клиента	Тактика взаимодействия
Нерешительный	• Постоянно сомневается • Требует дополнительных аргументов и гарантий • Задает много вопросов и старается предусмотреть возможные риски • Спрашивает совета	• Нуждается в помощи принятия за него решения • Хочет, чтобы его успокоили, дали гарантии надежности	• Помогите сделать выбор • Будьте терпеливым • Задавайте открытые вопросы • Используйте аргументы и факты • Обсудите его сомнения
Разговорчивый	• Поощряет дружескую манеру разговора • Болтлив, недисциплинирован • Пытается поговорить на отвлеченные темы	• Выговориться, пообщаться • Привлечь к себе максимум внимания	• Выслушайте клиента • Задавайте закрытые вопросы • Точно уточняйте запрос • Дружелюбно возвращайте клиента к предмету разговора
Доминирующий	• Руководит действиями • Настойчиво требует внимания • Доминирует в контакте • Точно знает, что ему нужно	• Не любит, когда медлят • Хочет получить максимальный сервис и обслуживание • Хочет подчеркнуть собственную значимость как клиента Компании	• Продайте ему сервис • Демонстрируйте уверенность • Будьте максимально доброжелательны • Выслушайте клиента • Задавайте уточняющие вопросы • Используйте аргументы и факты
Дотошный	• Демонстрирует свои познания • Настаивает на своем мнении • Задает много вопросов и не всегда слушает ответы	• Показать свою осведомленность, эрудицию • Обратить на себя внимание • Пообщаться и провести время	• Сохраняйте спокойствие • Контролируйте разговор: задавайте конкретные закрытые вопросы • Отметьте то, как хорошо клиент разбирается в обсуждаемом вопросе • Дайте клиенту возможность самостоятельно сделать выбор

Обратная связь

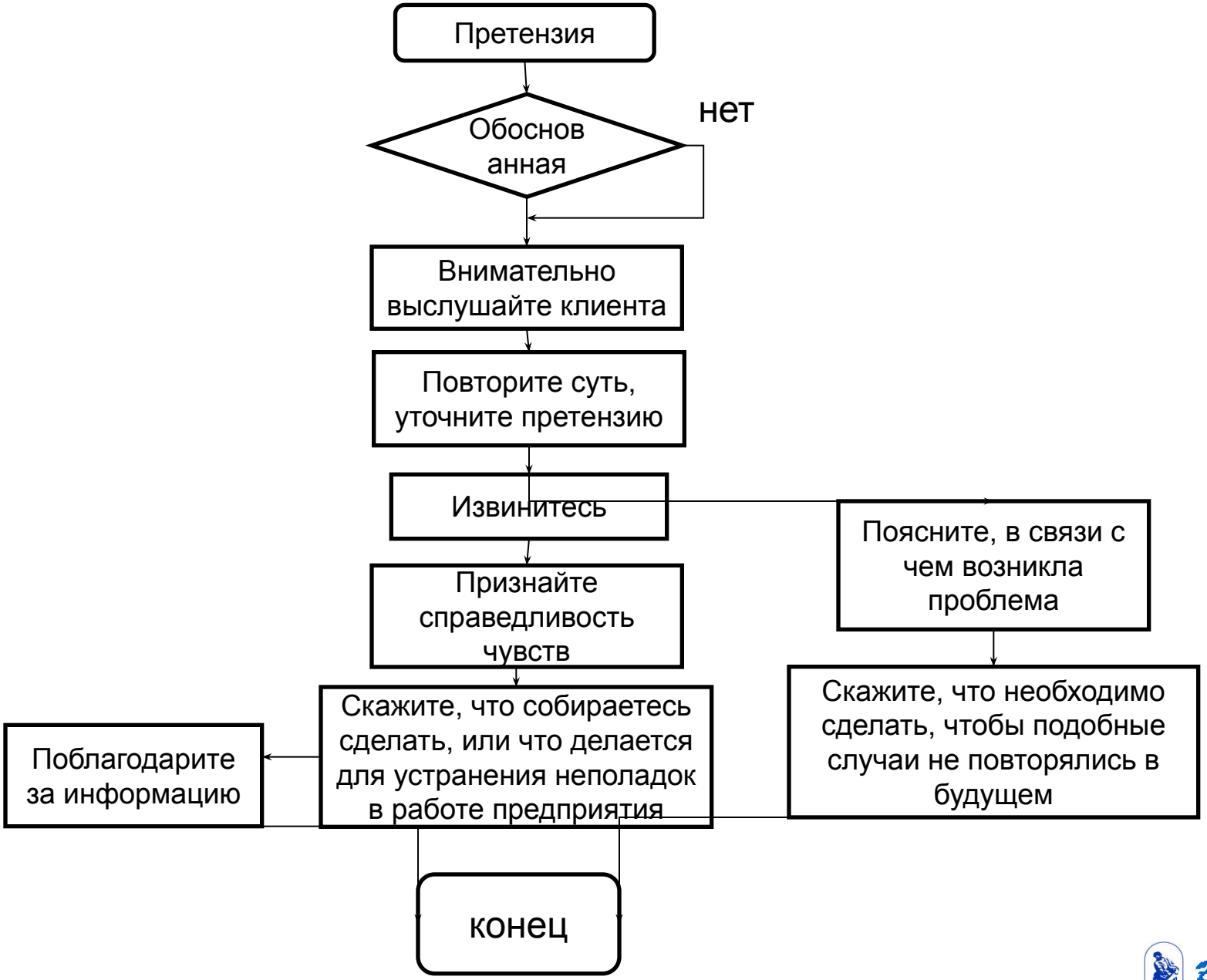
- Не следует задерживать клиента при окончательном оформлении документации
- Заказ вручается аккуратно и красиво упакованным
- Надо поблагодарить клиента за то, что он воспользовался услугами именно данного предприятия, и выразить надежду, что в дальнейшем он станет постоянным посетителем
- Недопустимо прекращение активной работы с покупателем сразу же после того, как покупка состоялась
- Вежливость и предупредительность обязательны и по отношению к тем посетителям, которые ничего не купили

ВГУЭС

3 вопрос

ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ВОЗНИКНОВЕНИИ ЖАЛОБ И КОНФЛИКТОВ В ОБСЛУЖИВАНИИ КЛИЕНТОВ

Алгоритм работы с претензией клиента



Недопустимые приемы в работе с претензией

- Напрямую отрицать слова клиента: «Вы не правы! Это не так!»
- Подвергать сомнению обоснованность слов клиента: «С чего Вы взяли? Кто Вам это сказал?»
- Игнорировать недовольство клиента
- Не давать клиенту возможность высказать свое недовольство
- Ссылаться на правила, обстоятельства

Способы устранения конфликтов с клиентами

- Использование нейтрализующей фразы
- Спокойствие и самообладание
- Посредничество третьего лица
- Разъединение конфликтующих
- Способствование свободному развитию конфликта
- Оперативное пресечение конфликта

4 вопрос

ТИПЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (КЛИЕНТОВ) И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С НИМИ

Типологии личностей

- классификация личностей по типу темперамента: холерик, меланхолик, флегматик, сангвиник;
- психогеометрическая характеристика личности, подразделяющая людей на «квадраты», «треугольники», «прямоугольники», «круги», «зигзаги» (тест С. Деллингера);
- ролевая теория Э. Берна;
- манипулятивная типология американского психолога Эверетта Шострома

Приобретенные знания

- Знание этических принципов и норм работников сервисных предприятий
- Знание основных тактических приемов на этапах обслуживания клиента
- Знание способов реагирования на жалобы и претензии клиентов
- Знание стратегии обслуживания различных типов клиентов

Вопросы для самопроверки

1. Назовите особенности общения в социально-культурной сфере.
2. Перечислите основные нормы служебной этики работника сервиса.

Рекомендуемая литература

1. Психология и этика делового общения: учебник для студ. вузов / под ред. В.Н. Лавриненко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА,2008.- 415 с.
2. Назаров В.Н. Прикладная этика: учебник для студ. вузов / В.Н. Назаров. – М.: Гардарики, 2005. – 302 с.

Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.