

# Starostlivosť o klienta ako neoddeliteľná súčasť úspešného podnikania

Lojalita, vernosť a spokojnosť zákazníkov je v podnikateľskom svete na prvom mieste. Tieto faktory ovplyvňujú až 70 % ziskov, pričom ide predovšetkým o dobré meno firmy a s ním spojené recenzie samotných zákazníkov, ktoré fungujú ako magnet na tých ďalších.

## Čo starostlivosť o klienta obnáša

Pri efektívnej starostlivosti o klienta budete musieť byť vyzbrojení poriadnou dávkou intuície a skvelého načasovania. Ideálne je teda ponúknuť klientovi pomoc práve vtedy, keď to najviac potrebuje, čo nie je vôbec jednoduché.

Dokonale premyslená **psychológia obchodu** je preto jednou z nevyhnutných charakteristík každého úspešného podnikania. Preto sa vždy samotná **klientska starostlivosť začína ešte pred predajom**.

Predstavte si, že podnikáte s výživovými doplnkami. Váš sortiment teda obsahuje rôzne vitamíny či proteíny. To znamená, že vašou cieľovou skupinou sú športovci, ale aj celkovo zdravo žijúci ľudia. Ak však na váš web zabľúdi aj iná osoba, ktorá do tejto skupiny nepatrí, kľúčový je **popis produktov**. Vďaka nemu (musí byť však super) u vás nakúpi naozaj každý.

Popis daného produktu či služby predstavuje samotnú starostlivosť o klienta a to tým, že potenciálnemu zákazníkovi **dokonale predstaví** daný produkt bez toho, aby si to musel niekde navyše vyhľadávať na internete alebo vás kontaktovať telefonicky či mailom.

Spokojnosť s takýmto nákupom si však z vašej strany žiada aj budúcu ochotu pomôcť. Preto by ste mali byť pripravení na nečakaný kontakt zákazníka v rámci poradenstva (napríklad ďalšieho vami ponúkaného produktu) alebo pomoci. A vtedy, dámy a páni, začína **dlhodobý biznis** a s ním spojené čaro **spokojného a verného klienta**.

## Starostlivosť je hodnotnejšia ako samotný produkt/služba

Tento fakt je o to dôležitejší, pokiaľ disponujete **vysokou konkurenciou**. Je ľahké predať výnimočný produkt či službu, ak ste jediní na trhu. Avšak odlíšiť sa od konkurencie a docieľiť, aby zákazníci boli verní iba vám, to chce poriadnu dávku trpezlivosti.

Na druhej strane, v dnešnom uponáhľanom svete nemá väčšina podnikateľov čas riešiť rôzne problematiky zákazníkov - čo si, samozrejme zjednodušujú napríklad podstránkou **časté otázky** alebo **chatbotom**, ale nie je to chyba. Avšak, klient ocení samotnú snahu vyhovieť požiadavke aj dlho po kúpe produktu či služby, a to ideálne s pocitom, že na druhej

strane je naozaj človek s **ľudským prístupom, ochotný pomôcť a vyhovieť**. A keďže je každá požiadavka špecifická, určite nestačí nastaviť automatické odpovede s jednou a tou istou vetou.

## Medziľudské vzťahy sú kľúčové

Stále však nesmiete zabúdať na naozaj **korektný, priateľský prístup**, nech sa deje čokoľvek. Každý z podnikateľov sa už určite stretol aj s nepríjemnými skúsenosťami, čo sa týka klientov.

Podstatou je **komunikácia na profesionálnej úrovni**, a verte, že zlosť pominie, ale to ako s klientom jednáte, si zapamätá navždy. Je už len na vás, či chcete byť odporúčaní alebo odhováraní - všetko je o prístupe a starostlivosti o klienta. A práve tam vzniká dôvera, čo je dnes naozaj jedinečný "nástroj" ako sa **efektívne odlíšiť od konkurencie**.

## Call centrá sú živým dôkazom

Áno, podnikatelia sa už v minulosti všemožne snažili ušetriť si čo najviac času a preto ho na klientov jednoducho nemali, čo sa, samozrejme odzrkadlilo na ich **ziskoch**. Mnohí z nich boli dokonca nútení vyhlásiť bankrot. Dôvodom bola absencia komunikácie medzi predávajúcim a kupujúcim.

Veľké korporácie ako napríklad Tatra Banka vedia, že pre spokojnosť klienta je potrebné zodpovedať mu všetky dôležité otázky či pomôcť rozbehnúť bankový produkt, a to bez nutnosti návštevy pobočky. Rovnako ako podnikateľ, ani klient nemá času na rozdávanie a preto je možnosť obrátiť sa na predajcu kedykoľvek z pohodlia domova zo strany klienta veľmi **vítaná**.

To je dôvod, prečo sa niekedy malé firmy časom stali obrovskými spoločnosťami - byť klientovi **vždy nablízku**, dávať mu pocit jedinečnosti a venovať mu svoj čas. Ak ako súčasní či budúci podnikatelia máte ochotu vyjsť klientovi kedykoľvek v ústrety a vypočuť ho, **máte vyhraté!**

Nie je preto na škodu dať klientovi najavo ihneď pri návšteve stránky, že sa môže obrátiť na **zákaznícku podporu** - takýto web srší *dôveryhodnosťou, serióznosťou a profesionalitou*. Klient sa tak bude **cítiť bezpečne** a nadobudne pocit, že tu ste práve pre ňo.