



Взаимодействие с Заказчиком



Что иногда хочет Заказчик?





Основные правила взаимодействия

- Общение с Заказчиком по работе ведется только в официальном тоне. Если с клиентом сложились дружеские отношения, выделяйте все, что касается работы в отдельную область общения.
- Необходимо всегда отвечать на телефонные звонки, сообщения в мессенджерах и на письма. Время ответа на письмо в течение получаса после получения, на сообщение в мессенджерах и телефонный звонок надо отвечать сразу. Соответственно, на рабочем месте почта должна проверяться автоматически и постоянно, а в мессенджерах Вы должны быть всегда онлайн.
- Если в силу каких-то обстоятельств, определенное время Вы не можете общаться с Заказчиком, эти обстоятельства и срок Вашей недоступности для Заказчика должны сразу же быть сообщены руководству компании и определен тот, кто будет замещать Вас на время вашей недоступности. После этого информацию о Вашей недоступности и контактах заместителя необходимо оперативно передать Заказчику.

Основные правила взаимодействия

- Старайтесь вести общение с Заказчиком с помощью электронной почты. Если это невозможно, то всегда дублируйте все устные договоренности с заказчиком письмом с пометкой вроде «Итоги совещания / разговора от <дата время>».
- Общение с Заказчиком почтой происходит только с корпоративного почтового ящика.
- Старайтесь узнавать причину возникновения заданий и измеримый результат, который Заказчик хочет получить. Эта информация, возможно, поможет предложить более правильное решение проблемы, а также правильно понять суть проблемы и контекст, в котором она возникает.
- Минимизируйте время, которое Заказчик ждет Вас. Если у Вас начался длительный процесс, то Заказчик должен знать сроки окончания этого процесса. Если Заказчик звонит и спрашивает об этапе работы, старайтесь чаще информировать его сами о ходе работы письмом. Таким образом, Заказчик должен быть полностью уверен, что Вас не нужно подгонять и контролировать.

Основные правила взаимодействия

- Заказчик должен легко воспринимать информацию от Вас. Если письмо большое или содержит описание более одной проблемы, делите текст письма на части. Выделяйте части письма в отдельные абзацы, обозначая их отдельными пунктами или задавая им заголовки, выделяя их жирным цветом.
- Пишите грамотно. Перед отправкой письма проверьте текст на отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок, например, в MS Word. Иначе у Заказчика может возникнуть плохое впечатление или он просто может неправильно Вас понять.
- Старайтесь говорить на «языке» Заказчика, расшифровывать технические нюансы, обозначать выгоды.
- Если возникает сложный конфликтный момент в общении с Заказчиком, и Вы не уверены, как правильно его решить, то сразу сообщайте об этом руководству.

«Золотые правила» деловой переписки

- Письмо всегда начинается с обращения
- Тема письма должна быть обязательно
- Перед отправлением необходимо проверить орфографические, пунктуационные, речевые ошибки
- Письмо должно быть структурировано
- В письме должны быть корректные формулировки
- Если в письме имеются вложения, то обязательно необходимо написать, что есть прикрепленные файлы (такой ход поможет избежать ситуаций, когда Вы отправляете письмо, а файл не прикрепляется; получатель, прочитав письмо и не обнаружив вложенный документ, может оперативно отреагировать и написать вам, что прикрепленные документы, которые Вы обозначили в письме, отсутствуют).
- Никогда не удаляйте переписку. Историю сообщений никогда не стоит удалять, так как письмо – это документ. В случае необходимости надо иметь возможность всегда поднять историю переписки.

Жалоба как подарок

