

Sipos Tünde

Az udvartatlanság bajnokai - Az ügyfélszolgálati kommunikáció legsúlyosabb vétségei az énkép fogalma felől közelítve

In: Humánpolitikai Szemle. 2010. március. 39-44. o.

Udvariatlan megnyilatkozások, elfogadhatatlan hangnem és stílus csaknem minden ügyfélszolgálaton előfordul – erről az ügyfelek is gondoskodnak. Az ügyfeleket azonban ritkán invitáljuk képzésre, őket megváltoztatni nincs jogunk. Az ügyfélszolgálaton dolgozó munkatársak képzése ugyanakkor rendkívül fontos, hisz valamennyi ügyfél számára ők jelentik magát a céget, a szolgáltatót, így az ügyfélszolgálati munkatársak alakítják legmarkánsabban a cég imázsát.

Ügyfélszolgálati munkatársak számára tartott kommunikációs képzéseink több mint 10 éve adnak alkalmat arra, hogy „megcsodáljuk” és összegyűjtsük az udvariatlan megnyilatkozásokat. E megnyilatkozások közül azok hatnak legsúlyosabban az ügyfelekre, amelyek az ügyfél énképéig hatolnak és önértékelését sértik.

Melyek ezek a megnyilatkozások, milyen hatásokkal és következményekkel járnak?

Mi az énkép?

Az énkép a kognitív pszichológia egyik kulcsfogalma. A pszichológiai kislexikon így fogalmaz: „a személy önmagáról alkotott elképzeléseinek összessége, amelybe beépül mások véleménye és a saját magával kapcsolatos élmények és tapasztalatok sokasága.” Az énképbe beletartozik valamennyi személyiségvonás, amit az egyén önmagának tulajdonít külseje, fizikai tulajdonságai, képességei, az önmagának tulajdonított szellemi kapacitás alapján.

Az „én” – a személyiség feltételezett középpontja – irányítja, elemzi, ellenőrzi, fejleszti önmagát és reális képet igyekszik

kialakítani saját személyiségéről. Ez utóbbit illetjük az énkép elnevezéssel. Az én további funkciója az önértékelés. Az „én” az önellenőrzés során tudatosan figyel egyéni megnyilvánulásaira, teljesítményeire és ezeket folyamatosan szembesíti a társadalmi elvárásokkal, a környezeti visszajelzésekkel. Az így szerzett tapasztalatokat ítélet alá vonja, így alakítja ki önértékelését.

Az énkép és a hozzá szorosan kapcsolódó önértékelés legfőbb forrása az egyén önismerete és a környezetből érkező visszajelzések, amelyek hatására az énkép – ha lassan is – de változtatható.

Az énkép kialakulása hosszú folyamat, amelynek szakaszai és tényezői nem tartoznak írásunk témájához.

Ami igazán fontos, hogy az egyén igyekszik pozitív értékelést kialakítani és fenntartani önmagáról, valamint – társas lény mivoltából fakadóan – arra is energiát és figyelmet fordít, hogy környezete is hasonlóan pozitív képet alakítson ki róla. A pozitív kép sokszor valamilyen további cél elérése érdekében fontos, általában azonban maga az elfogadás ténye, érzése önmagában is oly erős jutalmazó hatással bír, hogy nincs szükség további előnyökre. A társak pozitív véleménye visszahat az egyén énképére és javítja önértékelését.

Észlelt vagy feltételezett pozitívumait a kommunikáció során szívesen feltárja az egyén, a negatívumokat pedig igyekszik titokban tartani. Bizonyos szabadságot élvez a tekintetben, mit mutat meg önmagából, milyen képet hoz nyilvánosságra. E munkához – amit a szociálpszichológia benyomáskeltésnek nevez - tudatos tervezésre és számos képességekre van szükség.



Az énkép természetét illetően érdemes megjegyezni, hogy a személyen belüli énképek egész rendszert alkotnak. Ennek összetevői a következők:

Szubjektív én: amilyenek az egyén önmagát tartja, érzi, hiszi.

Objektív én: amilyenek mások tartják az egyént.

Ideális én: amilyen ideális esetben lenni szeretne.

Nem kívánt ének: amilyen nem szeretne lenni.

Lehetséges ének: amilyenek el tudja képzelni önmagát.

Elvárt ének: amilyenek a környezete fontos személyei szeretnék, hogy legyen.

Ha az alkotóelemek között össze nem illés áll fenn, az minden esetben negatív érzést kelt az egyénben. A negatív érzés egyben azzal is jár, hogy csökken az optimális kommunikáció lehetősége, hisz probléma esetén az egyén figyelme beszűkül, empátiás képessége és ezen keresztül a megértésre való képessége jelentősen hanyatlak.

Énkép és kommunikáció tehát szorosabb összefüggésben áll egymással, mint azt a legismertebb kommunikáció definíció (a kommunikáció információáramlás) mutatja. Az egyén önértékelésének jelentős szerepe van abban, hogyan viselkedik, hogyan alakul érzelmi egyensúlya és hogyan kommunikál egy adott helyzetben. Kommunikációs célja sokszor csupán annyi, hogy kedvező képet alakítson ki önmagáról partnereiben.

Benyomáskeltés az ügyfélszolgálaton

Az énkép és a kommunikáció összefüggésein keresztül jutunk el az ügyfélszolgálat témaköréhez. Az ügyfélszolgálaton zajló interakciók általában két szereplősek, alkalmiak, rövid időtartamúak, egyenrangú kapcsolatra épülnek és valamilyen probléma megoldására fókuszálnak. Minthogy a szereplők (ügyfél és ügyintéző) tudatában vannak annak, hogy a köztük zajló

interakciót nem saját személyiségük hozta létre, (tehát az ügyfél nem a konkrét ügyintéző személlyel kíván beszélni, hanem bárkivel, aki képes az ügyintézői szerepkör betöltésére) valamint tudatában vannak annak is, hogy találkozásuk egyszeri és nem fog a jövőben ismétlődni, csupán csekély mértékben élnek a benyomáskeltés eszközeivel. Az interakció rövid időtartama és a kapcsolat alkalmi jellege nem teszi fontossá, hogy annyi energiát fordítsanak a benyomáskeltésre, mint például egy állásinterjú során. Nyomokban azonban fellelhetőek az ügyfelek körében a saját pozitív énkép bemutatását célzó megnyilatkozások. Pl.: „Biztosan nincs elmaradásom, mindig időre befizetem a számlát. Még soha életemben nem késtem egy napot sem.”

Az elégedetlen ügyfelek még kevésbé fókuszálnak pozitív énkép felmutatására, számukra inkább az a fontos, hogy erővel, személyes befolyással rendelkező én rajzolódjon ki róluk az ügyfélszolgálatban. Pl.: „Majd én megmutatom, hogy meg tudom szerezni a felettese telefonszámát.”

Az udvariatlanságok természetrajza

Az ügyfélszolgálaton zajló interakciók két szerep (ügyfél és ügyintéző) betöltője között zajlanak, akiknek személyiségüket háttérbe kell szorítaniuk, hisz egy megoldás előtt álló probléma köti őket csupán össze. A személyiséget, az „én”-t és a hozzá kapcsolódó énképet, önértékelést azonban nem könnyű háttérbe szorítani. Ha a problémamegoldás az ügyfél és az ügyintéző számára is a megfelelő tempóban és stílusban zajlik, akkor elégedetten válnak el egymástól. Ha bármi elégedetlenségre adó ok jelentkezik, akkor gyakori, hogy udvariatlan megnyilatkozások hangzanak el mindkét szereplő részéről.

Az ügyintézők részéről elhangzó udvariatlanságok főbb típusait főként call centerekben szerzett tapasztalataink alapján állítottuk össze. A legsúlyosabbnak



azokat az udvariatlanságokat ítéljük, amelyek az ügyfél énképét sértik. Ugyanakkor ezek fordulnak elő a legritkébb esetekben.

Nézzük, melyek a leggyakrabban előforduló udvariatlan megnyilatkozások a call centeres ügyintézés során:

Fontos megjegyeznünk, hogy az udvariatlan megnyilatkozások (kevés kivételtől eltekintve) mindig udvariatlan hangnemben zajlanak. Önmagában egyetlen mondatot sem minősíthetünk udvariasnak vagy udvariatlannak – a kommunikációs helyzet és a kommunikátor stílusa együtt határozzák meg minden mondat értékét.

- Az ügyfél mondandójának félbeszakítása. Üzenete: amit te mondasz nem olyan fontos, mint amit én fogok mondani.
- Túl hosszú csend vagy várakozási idő. Üzenete: éppen dolgozom, nincs időm rád.
- Csekély hangerő, unott hang. Üzenete: fáradt vagyok és megint betelefonált egy tapintatlan ügyfél.
- Az ügyintéző nem kér elnézést, pedig indokolt volna. Üzenete: nekem semmi közöm a szervezet más részein előállt hibákhoz.
- Stílusbeli udvariatlanságok: „be kell jönni személyesen”, „szólni kell a ...-nak”.
- A múlt firtatása: „Miért vártak mostanáig a hibabejelentéssel?”
- A segítségnyújtás visszautasítása: „Én nem tudok ebben segíteni. Én csak egy ügyintéző vagyok.”

A sor még hosszan folytatható.

Az ügyfél énképét sértő megnyilatkozások call centeres kommunikáció során

Az ügyintézők részéről elhangzó udvariatlan megnyilatkozások egy része az ügyfél énképét, ezen keresztül

önértékelését sérti. Ezen megnyilatkozások olyan képet sugallnak az ügyfélről, amelyben az ügyfél inkompetens, tehetetlen, önállótlan vagy ellenszenves személyként jelenik meg.

Az énképét sértő megnyilatkozások két alcsoportra oszthatók:

1. Az ügyfél kioktatását célzó mondatok. Ennek egyik példája az életvezetési tanácsadás: *„Hónap elején mindig tessék félretenni a pénzt egy borítékban a ... számlára.”*

E kioktatás érdekessége, hogy nem társul hozzá udvariatlan hangnem, hanem mindig az ügyintéző legnagyobb jóindulata mellett hangzik el. Az ügyintéző úgy véli, valós és jól használható tanácsot ad ügyfelének, amikor az arra panaszkodik, nem tudja fizetni a számlákat. Ugyanakkor a „tanácsadás” mindig megbontja a szereplők közötti egyenrangú viszonyt: aki a (kéretlen) tanácsot adja, felkészültebbnek, hozzáértőbbnek definiálja önmagát, mint partnerét. Az ügyintéző részéről önállóan és jóindulattal indított tanácsadás épp ezért az ügyfél részéről inkább a „kioktatás” epizódját valósítja meg, hisz az ügyfél a gyámoltalan fél szerepébe kényszerül. E szerep és kép pedig egyértelműen szemben áll az ügyfél saját szubjektív énképével, amely értelmes, autonóm és saját életét menedzselni képes személynek tételezi őt.

A kioktatás másik példája kizárólag udvariatlan hangnemben hangzik el, és szükséges hozzá egy bizonyos feszültségi szint ügyfél és ügyintéző között. Amikor az ingerült ügyfél hosszasan hibáztatja a céget a nála felfüggesztett szolgáltatás miatt, az ügyintézőben gyakran előtör az igazságérzet és megálljt parancsol az udvariasságnak: *„Ha ön minden hónapban rendszeren fizetné a havi díjat, akkor nem került volna sor a felfüggesztésre.”*

A mondat minden bizonnyal megfelel a valóságnak, ugyanakkor nem segíti elő az ügyfél részéről fennálló probléma megoldását. Az ügyintéző kommunikációs célja, minden esetben az ügy megoldására



kell irányuljon, figyelme fókuszában pedig a jövőnek, nem pedig a múltnak kell állnia. A fenti ügyintézői megnyilatkozás elevenen mutat fel az ügyfélről egy olyan képet, amelyben az ügyfél felelőtlen, kötelezettségeit elhanyagolni képes, hanyag személyként jelenik meg.

A fenti két példa azonos a tekintetben, hogy mindkettő egy-egy olyan objektív énképet mutat fel az ügyfélről, amely élesen szemben áll az ügyfél saját szubjektív énképével. Az énképet sértő megnyilatkozások második csoportja a „lehetséges én” kivetítésében követ el hibát.

2. Negatív „lehetséges én” kép kivetítése.

Erre az egyik legjobb példa egy bútorkereskedés telefonbeszélgetései között hangozott el. Az ügyfél két széket vásárolt. A csomagolás miatt azonban csak otthon vette észre, hogy azok nem teljesen egyformák. Az ügyintéző tájékoztatta, hogy készsággal visszaveszik tőle a széket, ha sértetlen annak a csomagolása. A csomagolás természetesen nem volt sértetlen, hisz akkor nem derült volna ki, hogy néz ki a szék. Ilyen esetben 30% -kal kevesebbet fizet a cég a székért. Az ügyfél elfogadta ezt az ajánlatot, ugyanakkor megkérdezte, tudnak-e a cég munkatársai segíteni abban, amikor visszaviszi a székeket, hogy ne két újabb zsákba macskát vegyen – vagyis kicsomagolhatja-e az áruházban a székeket, hogy lássa, mit vásárol. Az ügyintéző válasza így hangozott: *„Ne haragudjon, de - hogy ezzel a csúnya szóval éljek - elég életszerűtlen a kérése. Így akár az is előfordulhat, hogy ön kipakoltat velünk 15 csomagot, majd végül közli, hogy egyik sem felel meg.”*

Amikor kommunikációt folytatunk, partnerünk mondandójának megértéséhez képeket hívunk segítségül: ahhoz, hogy értsük, mit mond, gondolatban megjelenítjük mindazt, amiről beszél. A fenti példában tehát az ügyfélnek látnia kell önmagát, amint az adott áruház közepén áll, körülötte több kiló kartonhulladék, több megfáradt eladó,

köröskörül székek. Látnia kell önmagát egy született fúria, egy antipatikus némbér szerepében. Az ügyfél lehetséges énje között bizonyára nem szerepelt ez a kép, és elég érzékeny volt arra a diszkrepanciára, ami saját szubjektív énje és az ügyintéző által felmutatott lehetséges én között keletkezett. Ahogy említettük, amikor össze nem illés támad az egyén énkép rendszerén belül, az mindig negatív érzést vált ki, ami gátolja az optimális kommunikáció esélyét. Itt is ez történt. Az ügyfél sértődötté vált és hamar letette a telefont.

Természetes vágyunk, hogy elkerüljük az olyan helyzeteket, amelyekben negatív érzéseket fogunk átélni. Ha számos szolgáltató közül választhatunk és könnyűnek ítéljük a változtatást, akkor váltunk. Felmérések szerint az elégedetlen ügyfeleknek csupán az 50%-a fordul panasszal a céghez. 50% mérgelődik, aztán keres egy újabb szolgáltatót.

Az ügyfél pozitív énképét támogató megnyilatkozások call centeres kommunikáció során

Láttuk, milyen fontos az énkép a kommunikáció során, és bemutattuk, hogy az énkép megsértése milyen negatív következményekkel jár. Mindebből az is következik, hogy az ügyfél pozitív énképét támogató megnyilatkozások pozitív érzéseket szülnek az ügyfélben, ez visszahat az ügyfél önértékelésére és később a cég megítélésére. Az ügyintézőnek tehát ajánlatos keresnie azokat a helyzeteket, amelyek alkalmasak arra, hogy pozitív képet vetítsen az ügyfélről.

Természetesen jóval több a példák száma, amikor az énképet sértő megnyilatkozásokat szeretnénk bemutatni, mint itt az énképet védő megnyilatkozások fejezetében. Az ügyfélszolgálati munkatársak nem ismerik az énkép fogalmát, a képzéseken pedig az alapszintű



kommunikációs ismeretek átadása van túlsúlyban.

Példák azért itt is kínálkoznak.

Az ügyfél azzal a panasszal telefonált az internet szolgáltatóhoz, hogy nem működik nála az internet. Az ügyintéző néhány kérdés után kérte az ügyfelet, hogy nyomja meg a modem tetején található nagy, fekete gombot. Az ügyfél megtette, majd lelkendezve közölte, hogy felvillantak a ledék a modemen, sőt az internet is elindult. Lelkendezése hamar alábbhagyott, hisz anélkül, hogy az ügyintéző bármit is mondott volna, rájött, hogy a modem be sem volt kapcsolva, panasa nem volt jogos. Pironkodva kért elnézést, hallhatóan kényelmetlenül érezte magát. *„Hát hiába! Ennyire nem értek hozzá!”* – vallotta be. Az ügyintéző bájosan ennyit mondott: *„Semmi baj nem történt, majd megtanuljuk!”*

Az ügyfél egy olyan helyzetben találta magát, amelyben egy idegen személy (az ügyintéző) számára teljesen világossá vált saját informatikai inkompetenciája. Akaratától függetlenül az ostoba ügyfél – meglehetősen kényelmetlen - szerepébe került. Ez nyilván súlyos csapás önértékelése számára. Az ügyintéző helyesen tette, hogy empatikusan viszonyult hozzá: nem azt mondta, hogy „majd ön is megtanulja az internet működését”, hisz ez kissé leereszkedő üzenet lett volna, hanem a többes szám alkalmazásával: „megtanuljuk”, mintegy sorsközösséget vállalt az ügyféllel. A „béna amatőr vagy” üzenet helyett a „mindannyian ígéretes kezdők vagyunk” üzenetet küldte a megszeppent ügyfélnek.

Ugyancsak jó példa az a párbeszéd, amelyben az ügyfél képtelen volt megjegyezni teendőinek sorrendjét. *„Hát nem igaz, hogy ilyen hülye vagyok”* – mondta, miután hiába próbálta felidézni, mit kell tennie a második lépésben. Az ügyfél maga minősítette magát inkompetensnek. Az ügyintéző az egyik lehető legjobb reakciót adta erre: *„Nagyon szívesen elmondom a teendőket az*

elejétől.” Ha azt is hozzátette volna, „bizonyára én magyaráztam egy kicsit gyorsan” teljességgel magára vállalta volna a felelősséget a kommunikáció sikertelenségéért, s így visszaállította volna az ügyfél pozitív önértékelését.

Összefoglalás

Az énkép és a hozzá szorosan kapcsolódó önértékelés erősen meghatározza, hogyan viselkedünk és hogyan kommunikálunk adott helyzetekben. Az egyén igyekszik pozitív önértékelést fenntartani, pozitív benyomásokat kialakítani önmagáról másokban, és jó érzéssel tölti el, ha mindez sikerül. Az énkép nem független másoktól: a környezetből érkező pozitív és negatív visszacsatolásokat az egyén – feedback érzékenységtől függően – beépíti énképébe és a változások kihatnak önértékelésére is.

A felkészült és képzett ügyintéző, vagyis a professzionális kommunikátor ismeri az énkép és az önértékelés fogalmát, és tisztában van azzal, hogy a pozitív önértékelés a sikeres kommunikáció egyik kicsiny, ám lényeges összetevője.

Továbbpillantás

A kommunikáció mindig legalább két fél közreműködését kívánja. Írásunkban elsősorban az ügyfél énképére fókuszáltunk és bemutattuk milyen felelőssége van az ügyintézőnek az ügyfél énképéhez kapcsolódó pozitív és negatív érzések kiváltásában. Nem esett szó azonban az ügyintéző énképéről. Az ügyintéző énképe és önértékelése is sérülhet az ügyféllel folytatott kommunikáció során. Ha ez megtörténik, akkor az ügyintéző részéről is csökken az optimális kommunikáció lehetősége. De ki felelős az ügyintéző énképéért? Kinek a feladata, hogy segítsen megőrizni az ügyintéző pozitív önértékelését?

A kérdésekre adott válaszalmaz természetesen egy újabb írás terjedelmével vetekszik.





FORLONG - SZERVEZETI TANULÁST FEJLESZTŐ BETÉTI TÁRSASÁG

7635 Pécs, Bálicsi út 93. Tel./fax: 06 72 224 603, 30 9578 515, E-mail: forlong@t-online.hu
Web: www.forlong.hu; www.kreativitasfejlesztes.hu