



MED RÄTT KOMMUNIKATION BLIR DIN SUPPORTS LÖSNINGSGRAD DUBBELT SÅ HÖG

Enligt Margret Klenke, utbildningschef på The Call Center School, visar undersökningar att lösningsgraden i de fall där det är en bra kontakt mellan agent och kund är nästan dubbelt så hög. Den stora frågan är dock vad är rätt beteende och kommunikation? Vad är det som behövs för att uppnå en högre lösningsgrad?

Kommunikation betyder så mycket och även om det används som ett substantiv handlar det ju om en process eller en slags "slinga" som innefattar två eller flera människor. Då du kommunicerar med en annan person uppfattar du hans eller hennes signaler och reagerar med egna känslor och tankar. Utifrån dessa tankar och känslor skapas ett beteende som förmedlar något till mottagaren. Vad som går att konstatera är att det alltså är omöjligt att "inte-kommunicera". Även om du är helt tyst och sitter stilla så kommunicerar du något.

Personer som är skickliga kommunikatörer får sällan bestående resultat i form av djupa, äkta, ömsesidiga och meningsfulla relationer med andra människor om de bara fokuserar på egna behov och aldrig andras behov. Trots färdigheter och tekniker så förmedlar de sällan den värme och de egenskaper som bygger långsiktiga relationer. Det gäller alltså att vara lyhörd för den andre personen och anpassa sig för att bemöta på bästa sätt.

Vi tar stöd i DISK-analysen

Vi jobbar med en metod som idag kallas DISK-analys och som beskriver beteendestilar utifrån olika färgkombinationer. Den beskriver också en individs naturliga grundbeteende samt hur han/hon anpassar sig till en viss miljö eller omgivning. Olika beteenden blir belysta av färger och är baserade på den så kallade DISK-modellen – **D = dominans (röd), I = inflytande (gul), S = Stabilitet (grön), K = konformitet/analytisk (blå)**

Genom att använda denna metod försöker vi anpassa vår kommunikation för att bemöta vår kund på det sätt som bäst passar personens personlighet. Detta gör också att personen blir bemött på ett likartat sätt oavsett vem på supporten som tar hand om ärendet.

Färgernas särdrag

Tex, när du pratar med en **röd person** (*ambitiös, kraftfull, beslutsam, viljestark, självständig och målorienterad*) är det viktigt att vara tydlig, bestämd, kortfattad och hålla dig till ämnet samt vara förberedd med ett välorganiserat material som ger stöd åt din framställning.

Är personen istället **grön** (*tålmodig, förutsägbar, pålitlig, stabil, avslappnad och blygsam*) bör du börja med en personlig kommentar för att bryta isen, presentera ditt ärende lugnt och försiktigt och fråga "hur"? frågor för att höra deras uppfattning.

En gul person (*tilldragande, entusiastisk, vänlig, öppen och flexibel*) bemöts bäst med varm och vänlig miljö, ta inte upp tid men en mängd detaljer (skriv ner dem) och ställ känslomässiga frågor för att ta reda på personens åsikter eller kommentarer.

Viktigt att tänka på vid kommunikation med en **blå person** (*osjälvständig, ordentlig, konservativ, perfektionist, försiktig och medgörlig*) är att du förbereder ditt ärende i förväg, håller dig till affärer samt är noggrann och realistisk.

Den stora frågan är kanske hur vi gör i praktiken för att kunna bemöta kunden som han eller hon vill?

För att inte alla ska behöva göra en ny bedömning har vi stöd för detta i vårt ärendehanteringssystem. Vi kan vid första kontakt med kund flagga vilka karaktärsdrag vi anser vara dominerande för kunden. Nästa gång personen ringer in kan vi se vilken färg som är dominerande, dvs vilken färg personen har och hur de vill bli bemötta och hur vi ska anpassa vår kommunikation på bästa sätt.

Vilken påverkan har det för personen som ringer in?

Om du är en person som vill ha direkta svar så förväntar du dig det när du ringer in till en support, om personen som svarar inte uppfattar detta kan det leda till att du som ringer in känner dig felaktigt bemött och får en negativ känsla.

Om personen som svarar däremot kan leverera en direkt kommunikation och ge dig raka svar kommer du att få en positiv känsla och känna dig trygg med att supportavdelningen vet vad de gör. Beteende och kommunikation går hand i hand, och genom att jobba med disk-analysen kan vi bemöta kunderna på de sätt som de föredrar och förväntar sig att bli bemötta.

Företaget får alltså en lojalare kund och kommer att tjäna mer pengar som en direkt följd av en bra support. Inom marknadsföringen brukar man tala om hur mycket mer det kostar att skaffa nya kunder gentemot att vårda och utöka en befintlig affär.

Som nämndes i inledningen enligt Margret Klenke, visar undersökningar att lösningsgraden i de fall där det är en bra kontakt/dialog mellan agent och kund är nästan dubbelt så hög. Det blir alltså nästan 100 % bättre och samtalen dessutom 30 % kortare. Detta visar även vilken viktig komponent beteendet är för en lyckad support, det räcker inte bara med att man är trevlig och social utan det krävs att man har rätt beteende och vet vilken typ av kommunikation kunderna förväntar sig. Genom att använda disk-analysen som grund ligger man steget före, och bemöta kunderna på de sätt som de förväntar sig att bli bemötta.