

DM-Consigli

Suggerimenti per scrivere lettere adeguate a situazioni difficili



Certamente, per esperienza diretta sapete quanto sia difficile trovare il tono giusto da utilizzare nelle situazioni spinose. Se ci esprimiamo a voce il tempo per riflettere è poco, per iscritto invece possiamo ponderare accuratamente ogni parola. Ne vale la pena – anche solo per il fatto che il passaparola di un cliente rabbonito non sarà negativo. Inoltre, adottare un comportamento professionale e adeguato allo scopo in ogni situazione fa parte di un buon servizio – anche quando è il cliente a non usare toni appropriati.

Essere al di sopra di ogni cosa e sfruttare le chance

Delle volte scrivere una lettera ai clienti è davvero difficile. Ad esempio quando non siete in grado di offrire una buona soluzione, quando il cliente non accetta le vostre argomentazioni, quando siete stati provocati oppure quando finora in una discussione hanno prevalso potere o prepotenza anziché l'interesse a trovare una soluzione. In questi casi cercate di dimostrarvi al di sopra di ogni cosa e di scrivere in modo adeguato allo scopo, oggettivo e collaborativo. Poiché così, con molta probabilità si delinea presto una soluzione.

Importante: i reclami sono anche opportunità! Rivolgendosi a voi anziché rodendosi il fegato, il vostro cliente vi offre la possibilità di ovviare all'errore. Reagite con magnanimità e sfruttate le informazioni per ottimizzare i vostri processi.

8 passi per scrivere lettere efficaci nelle situazioni difficili

Passo 1: definite il vostro scopo e con esso anche il vostro punto di vista.

Cosa volete ottenere con la vostra lettera? Ad esempio porre fine al dialogo, essere compresi, entusiasmare il cliente o in ogni caso informarlo, trasformare chi vi sta di fronte in un cliente fedele e, di conseguenza, anche in un buon ambasciatore della vostra azienda, discolpare e giustificare la vostra azienda, migliorare le relazioni ecc.

Passo 2: formulate il vostro messaggio in una frase.

Ricavate il messaggio dallo scopo. Prendendolo come punto di riferimento nella scrittura del testo, garantirete alla vostra lettera un contenuto unico e logico.

Passo 3: rilassatevi.

Rilassatevi, allentate la tensione intorno al vostro atteggiamento e al rapporto con il destinatario. Forse quest'ultimo è una persona gradevole ed ha semplicemente avuto una giornata storta. Oppure ha già alle spalle esperienze negative legate ad una situazione simile.

Passo 4: dite: «Benvenuto!» – almeno interiormente.

Date il benvenuto al vostro cliente con il suo problema e le sue emozioni – ed anche con le sue, forse scorrette, espressioni. Rivolgetevi al vostro cliente come rappresentanti della vostra azienda – anche se possedete una ditta individuale. In tal modo sarà più semplice mettere da parte le emozioni e perseguire il vostro scopo in modo professionale ed obiettivo.

Passo 5: esprimete all'inizio la vostra partecipazione emotiva.

Subito all'inizio indicate chiaramente lo stato della situazione: «Con la sua lettera ci ha comunicato la sua spiacevole constatazione in merito all'assistenza a suo figlio». Mostrate in seguito comprensione per la situazione del vostro cliente e ringraziatelo per la segnalazione: «Comprendiamo la sua inquietudine e la ringraziamo per essersi rivolto a noi». Importante: fatelo anche se ritenete ingiustificata la lamentela o la posizione del vostro cliente.

Passo 6: esponete il vostro messaggio nella parte centrale.

Descrivete ora il vostro messaggio cercando di essere concreti ed aperti, se necessario ammettendo gli errori o dicendo amichevolmente «no». Eccovi qualche esempio:

- «Nel frattempo, con il nostro responsabile tecnico abbiamo trovato un'elegante soluzione a questo problema...»
- « Nel frattempo, abbiamo cercato di parlare con la persona responsabile...»
- «Purtroppo le nostre condizioni generali di contratto non consentono alternative. Ma poiché la sua soddisfazione ci sta a cuore, le offriamo...»
- «Purtroppo sono sopraggiunte delle complicazioni durante il montaggio. Faremo il possibile per...»
- «Abbiamo preso in considerazione la sua richiesta. Purtroppo non possiamo proporle quello che ci chiede, poiché offriamo esclusivamente XY. Probabilmente la ditta Tal dei Tali, specializzata nella produzione di XY individuali, è in grado di soddisfare le sue esigenze».

Passo 7: in conclusione scrivete quali sono le fasi successive.

Anche al termine della lettera cercate di essere concreti e indicate con esattezza come intendete procedere e cosa vi aspettate o desiderate dal vostro cliente. Ad esempio in questo modo:

- «Ripareremo il danno questa settimana. La invitiamo a contattarci per concordare un appuntamento.»
- «Speriamo ci si riproponga presto l'occasione di avere a che fare con lei. Come piccolo incentivo le alleghiamo un buono del 10 per cento di sconto.»
- «È d'accordo con questa soluzione? La ringraziamo per il suo rinnovo valevole fino al 31 luglio.»

Passo 8: mettete da parte la lettera fino al giorno successivo.

Non inviate una lettera importante il giorno stesso della sua stesura, dormiteci sopra oppure fatela leggere ad una terza persona neutrale. Ciò conviene in particolare quando sono in gioco molte emozioni. Durante la rilettura fate attenzione ai messaggi nascosti. Ad esempio quando volete spiegare che la vostra azienda non è responsabile, il cliente potrebbe intendere di essere colpevole. È importante che vi sentiate in sintonia con la lettera.

Frase che dovrete evitare

- «La sua reazione è incomprensibile.»
- «Di più non possiamo fare per lei.»
- «In tal caso non si aspetti che le verremo incontro.»
- «Sicuramente comprenderà la situazione.»
- «Siamo sicuri di aver risolto la questione con sua soddisfazione.»
- «Consideriamo chiusa la questione.»

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint