

Департамент потребительского рынка
Ростовской области



КОНФЛИКТЫ С ПОКУПАТЕЛЕМ. ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

(Для организаций
и индивидуальных предпринимателей)



Департамент потребительского рынка
Ростовской области



КОНФЛИКТЫ С ПОКУПАТЕЛЕМ. ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Телефоны горячей линии:
8(863)301-0-103,
+7(961)301-0-103

Сайт
www.zppdon.ru
www.zppdon.rf

Ростов-на-Дону
2011

ВВЕДЕНИЕ.

Данный информационный материал разработан в рамках Областной долгосрочной целевой программы «Защита прав потребителей в Ростовской области» на 2011–2014 годы и рекомендован для использования в своей деятельности организациям-продавцам, индивидуальным предпринимателям, поставщикам услуг, хозяйствующим организациям. В методическом материале приведены советы, как избежать споров и конфликтов с потребителем, как работать с претензиями потребителей, как правильно реагировать на критику. Также даны рекомендации по способам выхода из конфликта и по стандартам обслуживания потребителей.

КАК ИЗБЕЖАТЬ СПОРОВ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРА КУПЛИ-ПРОДАЖИ?

В Гражданском кодексе РФ приведены требования к заключению договора купли-продажи. Ввиду того, что купля-продажа по сути своей является сделкой, на нее распространяются требования главы 9 части 1 Гражданского кодекса РФ и главы 30 части 2 Гражданского кодекса РФ, где содержатся нормы, регулирующие этот вид договоров.

Договор купли-продажи – это двусторонняя сделка, сторонами которой могут выступать как юридические, так и физические лица. Форма сделки может быть письменной или устной.

Для того чтобы сделка купли-продажи была законной, необходимо, чтобы ее участники пришли к соглашению по основным условиям сделки. Момент, когда такое соглашение достигнуто, и определенным способом зафиксировано, является моментом заключения договора купли-продажи.

Договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

Особенностью розничной купли-продажи является то, что основные условия договора можно оговорить устно. Существенными в данном случае являются наименование товара и его количество. Не достигнув соглашения об этих условиях, договор купли-продажи является незаключенным.

Если продаваемые товары имеют необходимую документацию (паспорт, спецификацию, гарантийный талон и т.п.) и при этом не имеют существенных специфических особенностей, связанных с их выбором, то достаточно будет указать в договоре точное наименование товара, его количество, ассортимент и цену. Если же наименование товара содержит мало информации, и при этом имеется специфика выбора товара, то целесообразно будет подготовить к договору специальные приложения, в которых следует отразить информацию, связанную с указанными особенностями товара.

Одним из самых действующих средств борьбы с недобросовестными потребителями, желающими сыграть на том, что им при покупке якобы была предоставлена не вся информация о товаре, является составление специального документа, куда сам потребитель или продавец со слов потребителя будут вносить информацию о том, **какие требования потребитель предъявляет к приобретаемому товару**. В этом документе должна быть предусмотрена возможность изложения потребителем требований к товару. При этом в документе должно иметься письменное разъяснение, какие именно сведения должен указать потребитель.

КОНФЛИКТЫ ПО ПОВОДУ КАЧЕСТВА ТОВАРА.

Обязанность предоставления продавцом качественного товара предусмотрена статьей 4 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Для недопущения конфликтов по поводу качества товара, в соответствии с этой статьей:

1. Продавец обязан передать потребителю товар, качество которого соответствует договору.

2. При отсутствии в договоре условий о качестве товара продавец обязан передать потребителю товар, пригодный для целей, для которых товар такого рода обычно используется.

3. Если продавец при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения товара, продавец обязан передать потребителю товар, пригодный для использования в соответствии с этими целями.

4. При продаже товара по образцу и (или) описанию продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует образцу и (или) описанию.

5. Если законами или в установленном ими порядке предусмотрены обязательные требования к товару, продавец обязан передать потребителю товар, соответствующий этим требованиям.

Согласование условия договора розничной купли-продажи о качестве неразрывно связано с предоставлением информации о товаре.

При продаже товара продавец указывает характеристики, из которых потребитель может сделать вывод о качестве товара.

Законодательство о защите прав потребителей предусматривает разделение всех товаров по качественным показателям на две категории:

товары надлежащего качества и товары ненадлежащего качества.

Данные понятия тесно связаны с понятием «недостаток товара», так как, согласно нормам Гражданского кодекса и Закону «О защите прав потребителей», которые регулируют вопросы качества товаров, **товаром надлежащего качества является товар, не имеющий недостатков, а товаром ненадлежащего качества – товар, имеющий недостатки.**

Стоит обращать особое внимание на то, что недостатком признается также несоответствие товара условиям договора. Это означает, что товар, не обладающий свойствами, оговоренными в договоре, может быть признан товаром с недостатками.

Наиболее часто предъявляемым требованием в отношении товаров ненадлежащего качества является **требование безвозмездного устранения недостатков.** Под этим понятием обычно понимается ремонт товара или реставрация, то есть восстановление того качества товара, которым он обладал прежде, а также устранение причины, повлекшей за собой утрату этого качества. Однако бывают ситуации, когда те или иные свойства товара изначально у него отсутствовали, но были оговорены в договоре купли-продажи. В этих случаях продавец или изготовитель, изменяя те или иные свойства товара, также осуществляют устранение недостатков.

В соответствии с пунктом 1 статьи 20 Закона «О защите прав потребителей», если срок устранения недостатков товара не определен в письменной форме соглашением сторон, эти недостатки должны быть устранены изготовителем (про-

давцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) незамедлительно. Из этого следует, что **в договор купли-продажи необходимо вносить условие о сроке, в течение которого должен быть устранен недостаток**, иначе потребитель может требовать свой товар из ремонта практически в тот же день, когда товар был передан продавцу.

В КАКИХ СЛУЧАЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬ ТРЕБУЕТ ОБМЕНА ИЛИ ВОЗВРАТА ТОВАРА.

Возврат товара покупателем возможен в нескольких случаях, а именно:

1) В случае непредставления продавцом покупателю всей необходимой информации о товаре. Возможность возврата по этому основанию предоставлена покупателю статьей 495 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ) и статьей 12 Закона РФ «О защите прав потребителей». Из положений указанных статей нормативных документов вытекает, что если продавец при продаже товара не предоставил покупателю всю необходимую информацию, то потребитель имеет право расторгнуть договор купли-продажи, вернуть товар продавцу и потребовать возврата уплаченной за него суммы денежных средств.

2) В случае продажи покупателю товара ненадлежащего качества. Право возврата товара по этому основанию предоставлено покупателю статьей 503 ГК РФ и статьей 18 Закона РФ «О защите прав потребителей». Причем, в соответствии со статьей 18 Закона РФ «О защите прав потребителей», потребитель имеет право потребовать от продавца товара:

– безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;

– уменьшения покупной цены;

– замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);

– замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены.

Потребитель вместо предъявления этих требований вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы. По требованию продавца и за его счет потребитель должен вернуть товар с недостатками.

При этом потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные настоящим Законом, для удовлетворения соответствующих требований потребителя.

В отношении технически сложных и дорогостоящих товаров требования потребителя об их замене на товары аналогичной марки (модели, артикула), а также о замене на такие же товары другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены подлежат удовлетворению в случае обнаружения существенных недостатков товаров. Перечень технически сложных товаров утверждается Правительством Российской Федерации».

Перечень технически сложных товаров утвержден Постановлением Правительства Российской Федерации от 13 мая 1997 года №575 «Об утверждении перечня технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков».

Торговая организация обязана удовлетворить требования покупателя о возврате товара по этому основанию даже при отсутствии у него кассового или товарного чека.

Есть еще один момент, на котором следует остановиться: срок, в течение которого потребитель может предъявить претензии к продавцу, продавшему некачественный товар.

Такие сроки установлены статьей 19 Закона РФ «О защите прав потребителей», согласно которой потребитель может предъявить претензии:

– в течение гарантийного срока или срока годности, установленного изготовителем;

– в течение гарантийного срока, установленного продавцом. Торговая организация также может устанавливать гарантийный срок, если его не установил изготовитель, либо увеличить гарантийный срок изготовителя;

– при отсутствии гарантийного срока или срока годности – в течение разумного срока, но не более двух лет со дня покупки товара (если иной срок не установлен законом или договором).

3) В случае продажи товара надлежащего качества, который не подходит покупателя по каким-либо причинам. Такое право возврата установлено статьей 502 Гражданского кодекса РФ и статьей 25 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Согласно статье 25 Закона РФ «О защите прав потребителей»:

Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Потребитель имеет

право на обмен непродовольственного товара надлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки.

В случае если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения потребителя к продавцу, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за указанный товар денежной суммы. Требование потребителя о возврате уплаченной за указанный товар денежной суммы подлежит удовлетворению в течение трех дней со дня возврата указанного товара.

Возврат по этому основанию требует от покупателя предоставить в торговую организацию кассовый чек.

Перечень товаров, не подлежащих обмену по этому основанию, утвержден Постановлением Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 года №55 «Об утверждении правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации».

Обмен или возврат некачественного товара производится на основании заявления покупателя и оформляется накладной в двух экземплярах: один экземпляр накладной прикладывается к товарному отчету, другой отдается на руки покупателю и служит основанием для обмена товара или выплаты покупателю денежной суммы, уплаченной за некачественный товар.

При этом потребитель может воспользоваться следующим правом, предоставляемым ему статьей 24 Закона РФ «О защите прав потребителей»:

«При возврате товара ненадлежащего качества потребитель вправе требовать возмещения разницы между ценой товара, установленной договором, и ценой соответствующего товара на момент добровольного удовлетворения такого требования или, если требование добровольно не удовлетворено, на момент вынесения судом решения».

Иначе говоря, кроме суммы, уплаченной за некачественный товар, потребитель может потребовать от продавца и возмещения разницы между ценой товара, установленной договором и его стоимостью на момент удовлетворения такого требования покупателя.

ПОРЯДОК РАБОТЫ С ПРЕТЕНЗИЯМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1. Если в организацию поступает претензия от потребителя, то претензию необходимо принять и зарегистрировать с указанием: даты и времени поступления, фамилии и должности лица, ее принявшего. Если по каким-то причинам претензия не будет принята, то потребитель может направить ее в адрес предприятия заказным письмом с уведомлением о вручении.

2. Претензия должна быть рассмотрена, и на нее дан ответ в течение 10 календарных дней. В ответе потребителю должна быть информация (доказательства), которые подтвердят, например, что товар был продан без недостатков, а услуга была оказана качественно. В своем ответе нужно не отступать от предмета претензии, аргументировать свою позицию, ссылаться на условия договора и положения закона (если они

в пользу продавца или исполнителя). Отвечая на претензию потребителя, помните, что со стороны организации-продавца или исполнителя услуг отзыв может быть использован в суде в качестве свидетельства позиции компании. Если есть возможность достичь соглашения с потребителем в досудебном порядке, то необходимо обязательно указать о таком намерении в претензии.

3. В случае, если потребителю предлагается какая-то компенсация, следует разъяснить порядок ее получения. Передача денег должна быть оформлена письменной распиской с указанием суммы, даты, имени и координат получившего. В расписке должно быть указано, за что потребитель получил компенсацию. В случае, если компенсация производится не в денежном выражении а, например, в форме скидок, альтернативных или дополнительных услуг, необходимо получить письменное подтверждение согласия потребителя на такую форму компенсации. При выплате возмещения следует учесть, что размер компенсации морального вреда определяется судом, и добровольная выплата компенсации продавцом или исполнителем не лишает потребителя права на обращение в суд.

4. Если потребителя не устраивает ответ на претензию или пути решения проблемы, предложенные организацией-продавцом или исполнителем, он вправе обратиться в суд.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

Со стороны продавца (исполнителя) такими причинами являются **нарушение алгоритмов действий при продаже (оказании услуги)**:

- не поприветствовали потребителя;

- не выяснены потребности потребителя;
- предложенный товар не соответствует ожиданиями и потребностям потребителя;
- были нарушены принципы обслуживания («забыли» о потребителе, оставили одного в зале, лишили его внимания, переключились на решение других проблем, нагрубил и т. д.);
- не смогли полно и доходчиво ответить на вопросы потребителя;
- не разобрались в состоянии потребителя (пришел недовольный, раздраженный);
- не смогли правильно обслужить потребителя с возвращаемым или обмениваемым товаром (не захотели принимать, не смогли правильно объяснить правила или особенности приема товара и т. д.).

Со стороны потребителя причинами конфликта являются чаще всего **психологические особенности личности или особенности восприятия действительности**. Причиной конфликта также может быть и не профессиональные действия продавца (исполнителя), откровенное нарушение потребительских прав, непредставление информации, необоснованный отказ на обмен, возврат товара и пр.

Справедливости ради надо сказать, что **развитие конфликта чаще провоцируют действия (или бездействия) продавца (исполнителя)**. Потребители, как правило, только лишь реагируют на происходящее. Иногда реакция бывает слишком резкой, иногда более спокойной.

КАК ПРАВИЛЬНО РЕАГИРОВАТЬ НА КРИТИКУ

Неэффективные приемы реагирования на критику

К усилению конфликта между продавцом и потребителем приводят следующие неэффективные способы реагирования на критику:

- **ответная агрессия** (оскорбления в адрес потребителя, ответные критические замечания, демонстрация собственного раздражения);
- **уход из ситуации** (продавец покидает свое место, делает вид, что занят делом, смотрит на потребителя отсутствующим взглядом или вовсе не смотрит);
- **обман** (реклама обещает одно, а потребитель получает другое);
- **оправдание** (заискивание, неуверенность, извинение с виноватой улыбкой).

Существует ошибочное мнение, что решению проблемы может помочь обман. Если потребителю что-то пообещать, то он успокоится и поверит продавцу (исполнителю). Однако впоследствии, когда обман обнаружится потребителем, может возникнуть конфликтная ситуация и усилиться раздражение со стороны потребителя.

Эффективные приемы реагирования на критику

Фактически в любой критике содержится полезная информация, и ее следует найти и использовать. Только человек, способный спокойно воспринимать критику, может внимательно выслушать и объективно оценить критические замечания.

Лучший способ помочь потребителю справиться с раздражением, напряженностью, недовольством – дать ему возможность выговориться, высказать свое мнение. Только тогда потребитель сможет общаться спокойно и рассудительно.

Пока потребителя захлестывают эмоции, он не способен выслушать мнение продавца или логически взвесить все «за» и «против». В такой ситуации только внимательное выслушивание потребителя поможет продавцу выяснить причины возмущения, прояснить смысл недовольства и справиться с раздражением.

СПОСОБЫ ВЫХОДА ИЗ КОНФЛИКТА

В работе с потребителем в момент конфликта существует важный момент – необходимо **ОБЯЗАТЕЛЬНО отвести возмущенного потребителя из основного рабочего пространства торгового зала**: в сторону от других посетителей, находящихся в зале. Это позволит предотвратить распространение негативных эмоций и даст возможность другим продавцам продолжать работать в спокойном режиме.

Понижение голоса также очень хорошо помогает успокоить конфликтного потребителя и настроить его на более спокойный лад. Важно помнить, что разговор на «повышенных тонах» только усилит конфликт и вызовет больше раздражения.

Описанные техники гашения конфликта помогают справляться практически с любыми сложностями, возникающими в торговом зале.

СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Для предотвращения конфликтов с потребителями рекомендуется ввести **стандарты обслуживания**:

Профессиональное поведение продавца (исполнителя):

- Необходимо улыбнуться, поприветствовать потребителя. Приветствие снимает барьер в последующем общении с потребителем.

- Важным является установление зрительного контакта с потребителем (с соблюдением дистанции 1-1,5 метра).
- Необходимо обращаться к потребителю на «ВЫ», даже если это подросток или ребенок.
- В случае необходимости продавцу (исполнителю) нужно четко произносить свое имя.
- Использовать умеренную жестикуляцию.
- Речь продавца должна быть четкой, размеренной, с паузами и логическими акцентами.
- Необходимо использовать открытые позы и жесты.
- К потребителю нужно проявлять интерес и доброжелательность.
- Не рекомендуется использовать такие словосочетания, как: «Чем Вам помочь?», «В чём нуждаетесь?», «Сколько у Вас денег?», «Что могу предложить?». Так же необходимо избегать слов «нет», «не знаю», «не можем», «к сожалению» и т.п.
- Нельзя использовать слова паразиты «типа того..», «как-то так..» и прочие.

Непрофессиональное поведение продавца-консультанта:

- Стоять за спиной потребителя.
- Облокачиваться на оборудование; скрещивать руки на груди.
- Разговаривать с другими продавцами по нерабочим вопросам при потребителе.
- Жевать жевательную резинку.
- Обращаться к потребителю «Мужчина» или «Девушка».
- Спорить с потребителем.

- Грубить потребителям.
- Отвлекаться от потребителя, одновременно обслуживая несколько человек.
- Ставить потребителя в неловкое положение, подчеркивая его некомпетентность.
- Обсуждать с потребителем внутренние проблемы магазина (сломалась касса, не работает кондиционер и т. д.)
- Обсуждать вкусы и предпочтения потребителей.
- Позволять себе фамильярность по отношению к потребителю.
- Оценивать платежеспособность потребителя по его внешнему виду.

Методы уклонения от конфликта из-за возражений потребителя:

- Не спорить с потребителем.
- Не повышать голос, не поддаваться на провокации.
- Принять возражение и показать понимание.
- Предложить решение проблемы в виде компетентной аргументации или альтернативного предложения.
- Согласовать с покупателем ваши дальнейшие действия.
- Проконтролировать решение проблемы.
- Извиниться, обратиться к более опытному сотруднику, если решение возникшей проблемы выходит за рамки компетенции.

Если потребитель из предложенных продавцом (исполнителем) вариантов решения конфликтной ситуации ничего не подобрал, необходимо уточнить, что именно его не устро-

ило. Можно попросить потребителя оставить свои пожелания в «Книге отзывов и предложений».

Большинство конфликтов случаются по причине возврата товаров. Продавец (исполнитель) должен четко знать, какие документы оформляются при возврате товара (кассовый чек, гарантийный талон, заявление от покупателя с указанием причины возврата). В связи с отказом возврата денег, продавец (исполнитель) обязан объяснить причину отказа вплоть до назначения экспертизы на товар ненадлежащего качества.

Необходимо помнить, что обмен качественного товара производится в течение 14 дней, не считая дня покупки, этот вопрос можно и нужно решать на месте без бюрократизма.

Большую часть конфликтов провоцируют не потребители, а сами сотрудники магазина, предприятий торговли и сферы услуг. Это происходит чаще всего неосознанно. Продавцы (исполнители) не замечают, что используют в своей речи слова-провокаторы. Такими агрессорами могут стать слова, на первый взгляд, совершенно нейтральные.

Слова – провокаторы, которых рекомендуется избегать	Рекомендуется говорить
Девушка Женщина Молодой человек Мужчина	Обращайтесь к потребителю по имени, на «Вы» или нейтрально: – Скажите, пожалуйста...
Нет Нельзя («так оформлять нельзя») Не получится («завтра привезти товар не получится») Невозможно Но	– Я предлагаю... Можно («можно оформить по другому») – Получится, только если... («привезти товар завтра получится, только если вы произведете оплату наличными в течение двух часов») – В нашем с Вами случае возможно только... Тем не менее, вместе с тем, с другой стороны, наилучший вариант – это...
Ваша проблема	Этот вопрос, наш вопрос, наша с Вами ситуация
Уменьшительно-ласкательные слова: Минутку, секундочку, Договорчик, звоночек	Одну минуту, пожалуйста... Договор, звонок
– Вы не поняли.	– Наверное, я не точно выразился. – Я хотел сказать... – Я имел в виду...
– Простите за беспокойство...	– Уточните, пожалуйста...
– Я не знаю. – У меня нет информации.	– Одну минуту, пожалуйста, я уточню. – Давайте я выясню этот вопрос и позвоню Вам сегодня до конца дня.

<ul style="list-style-type: none"> – Здесь мы ничего не можем сделать для вас. – Я больше ничем не могу вам помочь. 	<ul style="list-style-type: none"> – В этом случае Вам следует... – Вы можете сделать... – Я Вам рекомендую...
<ul style="list-style-type: none"> – Вы должны... – Вам придется... 	<ul style="list-style-type: none"> – Давайте мы с Вами сделаем следующее...
<ul style="list-style-type: none"> – Руководитель сейчас не сможет с вами поговорить. 	<ul style="list-style-type: none"> – Решение этого вопроса в моей компетенции. – Давайте посмотрим, что можно сделать.
<ul style="list-style-type: none"> – А мы-то здесь причем? 	<ul style="list-style-type: none"> – Приношу извинения от лица компании. – Приносим извинения.
<ul style="list-style-type: none"> – Мы этого не делаем (не продаем, не производим, не предоставляем). 	<ul style="list-style-type: none"> – Мы делаем только... – Этим вопросом занимается другой отдел. Давайте я дам Вам номер телефона оптового отдела.
<ul style="list-style-type: none"> – Этого не может быть. – Вы что-то путаете. – А у меня в базе другая информация. 	<ul style="list-style-type: none"> – Давайте уточним.
<ul style="list-style-type: none"> – Точных сроков сказать не могу. 	<ul style="list-style-type: none"> – Точные сроки сейчас назвать сложно. – Точные сроки будут известны через несколько дней. Рекомендую Вам позвонить на следующей неделе.

Также **STOP-фразы**, которые занимают первые места в рейтинге провокационных изречений:

- А зачем вы это сделали, если знали, что...?
- Вы меня, конечно, извините, но...
- Это ваша вина.
- Я вам уже говорила.
- Что Вас еще не устраивает?

- Я Вам ничего не могу обещать.
- Это от нас не зависит.
- Это же не я вас неправильно проконсультировала.
- Вообще-то, обычно люди заранее все делают.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТОМ

Чтобы управлять конфликтом и разрешать его легко и быстро, необходимо:

1. Отказаться от взгляда на претензию как на поединок с потребителем.
2. Воспринимать конфликт как задачу, для которой продавцу (исполнителю) нужно найти решение.
3. Отбрасывать «эмоциональную» часть сразу же и не отвечать на провокации.
4. Продавцу (исполнителю) необходимо контролировать свою речь. Правильно подобранная фраза, сказанная уверенно и без агрессии или обиды, позволит кардинально изменить направление разговора.
5. Вовлекать потребителя в решение, если это уместно в сложившейся ситуации.

Как только продавец (исполнитель) услышал претензию потребителя, необходимо определите суть претензии. После этого нужно предложить решение.

Речевые модули для конфликтных ситуаций просты и общеизвестны. Главное – вести потребителя к результату, подбирая для разговора подходящие слова и интонацию.

Ничего сложного в решении конфликтов с потребителями нет, необходимо помнить о ключевых шагах этого процесса:

Выслушать – Извиниться – Предложить решение.

Не забывать следовать им.

Претензия – это типовая рабочая ситуация, запрос от потребителя на помощь. Некорректная форма этого запроса не должна отвлекать продавца (исполнителя) от быстрого и конструктивного решения ситуации. Конфликты помогают совершенствовать профессионализм в работе с потребителями.

В заключение необходимо еще раз отметить, что сложные ситуации во взаимоотношениях продавца и покупателя неизбежны. Важно то, насколько профессионально продавец (исполнитель) поведёт себя в общении с конфликтным потребителем.

**КОНФЛИКТЫ С ПОКУПАТЕЛЕМ.
ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ**

Формат 60x84/32. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Гарнитура Times New Roman.
Усл. печ. л. 1. Тираж 2000 экз.
Заказ № 777.

Отпечатано в типографии ООО «Альтаир»:
г. Ростов-на-Дону, пер. Ахтарский, 6.
Тел. 248-47-89.
E-mail: oooaltair_office@mail.ru