

<https://www.youtube.com/user/infaktPL>

## **Transkrypcja wideo: Jak budować relacje z Klientem i dlaczego warto?**

<https://www.youtube.com/watch?v=aWDYY0xG1zE>

Renata Dudzic - inFakt.pl:

Witamy Państwa bardzo serdecznie. Jestem Renata i razem z Anetą...

Aneta Lipińska- inFakt.pl:

Witam.

R: ... opowiemy dzisiaj o tym jak budować relacje z klientem, dlaczego warto i opowiemy to na własnych przykładach z własnego doświadczenia. Oczywiście też jaki to ma wpływ na biznes. Aneta, może przybliżyć, dlaczego w ogóle warto budować relacje.

A: Utrzymywanie relacji z drugą osobą, to nie tylko jedna z naszych podstawowych potrzeb, ale też ważny element na każdej płaszczyźnie życia: biznesowej, towarzyskiej, partnerskiej czy rodzinnej... My oczywiście dzisiaj zajmiemy się tą biznesową. Nawiązywanie relacji z klientem to przede wszystkim fundament funkcjonowania każdej firmy. Chodzi tutaj mi oczywiście o budowanie długotrwałych relacji z klientem. Przede wszystkim na początku warto poznać klienta, poznać jego oczekiwania, spełnić je, co w rezultacie przetoży się na taką długotrwałą współpracę, która przede wszystkim będzie zbudowana na zaufaniu. W dzisiejszych czasach, ale też w większej świadomości klientów, powinniśmy dbać o dobre relacje z nimi. Tak naprawdę profesjonalna obsługa klienta, pozwoli nam zapewnić dochody na kolejne lata. Musimy pamiętać o tym, że zadowolony i dobrze obsłużony klient jest w stanie przyprowadzić tak naprawdę nowych klientów. Na pewno Państwo w życiu nawet prywatnym czy też zawodowym, jeżeli stoją tutaj przed podjęciem jakiejś ważnej decyzji, często gdzieś tam szukają porady wśród rodziny czy też swoich znajomych. I tak samo jest tutaj z przedsiębiorcami. Dla nich ważną decyzją, którą muszą podjąć jest właśnie wybór biura rachunkowego, dlatego rekomendacja zadowolonego klienta, tak naprawdę może być dla Państwa najtańszym i bardzo skutecznym środkiem na zdobywanie nowych klientów. Pamiętajmy, że zadowolony i dobrze obsłużony klient, powie o naszej firmie trzem swoim znajomym, natomiast niezadowolony, kolejnym dziesięciu.

inFakt Sp. z o.o.  
30-549 Kraków  
ul. Kącik 4

[www.infakt.pl](http://www.infakt.pl)



Dlatego budowanie relacje pozwala też nam na wypracowanie sobie pewnego systemu współpracy, który oczywiście będzie korzystny dla obu stron. Dlatego np. łatwiej nam będzie poprosić klienta, żeby na czas dostarczał dokumenty do zaksięgowania. Kolejnym przykładem, gdzie zbudowanie relacji może być pomocne i przydatne w takim codziennym życiu, to jest np. sytuacja, w której zdarzy nam się popełnić jakiś błąd i musimy o tym klienta poinformować. Wówczas na pewno kontakt z takim klientem będzie dla nas mniej stresujący, a też na pewno możemy liczyć na wyrozumiałość ze strony klienta.

R: Skoro już wiemy dlaczego warto budować relacje, to teraz powiemy pokrótce, jak to robić. Nie są to jakieś stricte żelazne, surowe zasady, ale na pewno będą pomocne, aby zbudować relację z klientem. I tutaj pierwszą taką zasadą... na pewno Państwo słyszeli takie pojęcie jak: "pierwsze wrażenie ma znaczenie". Z badań wynika, że podczas kontaktu kluczowe są pierwsze 4 minuty poznania się. W trakcie tych 4 minut, nasz nastrój, zachowanie, po prostu decyduje o tym jak potoczy się dalszy kontakt czy też współpraca. I mam na myśli tutaj, przy pierwszym kontakcie, zarówno kontakt twarzą w twarz jak i kontakt telefoniczny. Przy kontakcie twarzą w twarz... Na pewno przychodzą do Państwa, do biura klienci zanim podpiszą umowę, żeby Państwa po prostu poznać, czy też omówić warunki współpracy. I tacy klienci oceniają środowisko w jakim pracujemy, a także jak zostaną przez nas tak naprawdę przyjęci. Także ważne jest, żeby tutaj przyjąć klienta przyjaźnie z uśmiechem, żeby to było przyjęcie otwarte. Natomiast zdarza się, że czasami jesteśmy bardzo zabiegani, gdzieś tam przychodzą do nas klienci, mamy dużo pracy. Wtedy pamiętajmy, żeby zauważyć, jeżeli przychodzi do nas nowy klient. Wystarczy się uśmiechnąć czy też skinąć głową.

A jak to jest przy kontakcie telefonicznym? Zdarza się, że klienci znajdują nasz nr telefonu na stronie internetowej czy też otrzymują od znajomego i wtedy na pewno ważna jest nie tylko barwa głosu, ale także intonacja. I co najważniejsze klient musi odczuć, że nam nie przeszkadza, że tak naprawdę jesteśmy nawet zadowoleni z jego telefonu, co może być nieraz trudne, bo mamy dużo pracy czy też właściwie możemy być bardzo zabiegani. To co jest jeszcze ważne, to to, żeby klient wiedział, że uważnie go słuchamy, że rozwiążemy problem, że wiemy jak mu dokładnie pomóc. I też ważne jest to, że słysząc uśmiech w rozmowie. Klient nas nie widzi, nie widzi mimiki, ale tak naprawdę intonacja bardzo dużo zdradza. Aneta, nawet miałaś taką sytuację z klientem.

A: Tak, pamiętam. To był dobry dzień. Miałam dobry humor, ponieważ udało się zrealizować kilka wyznaczonych celów. I rozmawiając z klientem wydawało mi się, że tutaj rozmowa przebiega



jak każda inna, natomiast na koniec rozmowy usłyszałam od klienta, że słysząc, że mam dobry humor, słysząc uśmiech w tej rozmowie. Więc tak naprawdę, taka sytuacja pokazuje tylko to, że klient, pomimo, że nas nie widzi, tak naprawdę jest w stanie wyczuć, czy nam przeszkadza i jaki mamy humor.

Kolejną zasadą, o której warto pamiętać, jest dobra komunikacja. Komunikacja przede wszystkim wpływa na to jak jesteśmy rozumiani i postrzegani przez inne osoby, a to znowu wpływa na jakość naszych relacji. Przede wszystkim najważniejsza w budowaniu relacji jest dobra komunikacja. Jest to o tyle ważne w pracy księgowego, ponieważ język księgowy jest często trudny i niezrozumiały dla przeciętnego Kowalskiego, który raczej chciałby się skupić na prowadzeniu własnej działalności, a nie na tym, żeby jeszcze tutaj szukać np. interpretacji przepisów. Dobrym przykładem może być tutaj kontakt z klientem, który dopiero rozpoczyna przygodę z własną działalnością i z księgowością. Ja podczas kontaktu z takimi klientami często napotykałam na osoby, dla których nie było żadnej różnicy pomiędzy podatkiem VAT a ryczałtem. I pytanie, które już padało na samym początku, to: co będzie dla mnie bardziej opłacalne ryczałt czy VAT? I tak naprawdę taka sytuacja pokazuje, że rzeczy, które dla nas mogą być oczywiste i zrozumiałe dla klienta już niekoniecznie.

R: Przykładem takiej dobrej, bardziej zrozumiałej komunikacji jest to, że prowadzimy bloga, zarówno dla przedsiębiorców jak i księgowych. I ten blog różni się właściwie językiem, w jaki sposób przekazujemy informacje o zmieniających się przepisach. Dla przedsiębiorców jest to prosty język, natomiast, jeżeli chodzi o księgowych tutaj już fachowy, przytaczamy artykuły z ustaw.

A: Dlatego z jednej strony te komunikaty i informacje, powinny być przekazywane w sposób jasny i czytelny dla przedsiębiorcy tak, żeby właśnie uniknąć jakichkolwiek nieporozumień. Natomiast z drugiej strony, pamiętajmy też o tym, że część informacji musi być przekazywana w określonym terminie. Państwo na pewno często w swojej pracy mają informacje, które przekazują cyklicznie i w odpowiednich terminach swoim klientom, dotyczące np. podatków do zapłaty czy też składek ZUS. Dlatego warto sobie tutaj wypracować odpowiedni system komunikacji, który na pewno ułatwi Państwu codzienną pracę i ją przyspieszy.

R: Oprócz dobrej komunikacji ważne jest też indywidualne podejście. Klient powinien poczuć, że jest dla nas ważny, że tak naprawdę nie traktujemy go szablonowo, ponieważ każdy klient jest inny, ma inne pomysły, inne wizje, inne potrzeby. Nie oszukujmy się, nikt z nas nie lubi być traktowany szablonowo, wg jakiejś tam regułki. Im bardziej jesteśmy traktowani odrębnie, tym



bardziej to doceniamy, pamiętamy o tym. Musimy też pamiętać na pewno, że to my dostosowujemy się do potrzeb i warunków, oczekiwań właściwie naszych klientów, nigdy na odwrót. To na pewno będzie przydatne, bo później taki klient może dostosować się do naszych terminów, do naszych rozwiązań w późniejszym czasie. Przykładem tego, że my podchodzimy indywidualnie do klienta jest to, że razem z Anetą, po założeniu działalności gospodarczej, wysyłałyśmy do klienta maila z gratulacjami. Przykładowo: Panie Adamie, gratulujemy rozpoczęcia działalności. Życzymy sukcesów w biznesie. Na pewno taki klient poczuł się, że jest dla nas ważny. Innym przykładem może być to, że w sytuacji kiedy klient zgłasza jakieś uwagi czy też reklamacje, takiego klienta musimy wysłuchać, przede wszystkim zrozumieć i wyjaśnić sytuację do końca.

A: Pamiętajmy również o docenieniu klienta. Mam tutaj na myśli docenienie stałego klienta. Lojalność nie zależy wyłącznie od ceny, ale przede wszystkim od jakości naszej obsługi. Tak naprawdę każdy z nas czuje satysfakcję z docenienia przez inną osobę i to samo się tyczy naszych klientów. Jeżeli współpracujemy z klientem od dłuższego czasu, ta współpraca rzeczywiście układa nam się bardzo dobrze, pokażmy mu, że jest on dla nas ważny. I nie mam tutaj na myśli przyznawania jakichś gratisów bądź rabatów. Zwróćmy raczej uwagę na jego indywidualną sytuację związaną z działalnością czy też trochę z życiem prywatnym. Notujmy wszelkie ważne informacje związane z kwestiami księgowymi, miejmy zawsze takie informacje pod ręką tak, żebyśmy ewentualnie w każdym dowolnym momencie mogli do nich po prostu w bardzo szybki sposób powrócić. Wyślijmy notatkę na znak, że pamiętamy o rocznicy działania firmy, urodzinach, czy też po prostu pogratulujemy, gdy urodzi się dziecko. Dzięki temu, takie naturalne zachowanie pozwoli przede wszystkim nam trochę zbliżyć się do klienta, lepiej go poznać i dzięki temu łatwiej nam będzie na pewno zbudować lepszą relację z klientem. Warto również pamiętać o tym, żeby aktywnie go słuchać. Jeżeli klient np. nam wspomina, że w najbliższym czasie planuje jakiś rozwój firmy, to zapamiętajmy, zanotujmy to, tak żebyśmy ewentualnie w kolejnej rozmowie mogli do tego powrócić. Dzięki takim właśnie naturalnym zachowaniom łatwiej na pewno będzie nam zbudować relację z klientem, natomiast on doceni zaś, że nie traktujemy go przedmiotowo.

R: Na to wszystko, o czym opowiedziałyśmy wcześniej, nasuwa nam się jedno określenie. Jest to profesjonalizm. Klient na pewno powinien poczuć, że pracuje z profesjonalistą. Powinniśmy też pamiętać, żeby podchodzić do klienta szczerze i z zainteresowaniem i też pamiętać o przejrzystych warunkach współpracy. Takim przykładem, jeżeli chodzi o profesjonalne



<https://www.youtube.com/user/infaktPL>

podejście jest to, że kiedy klient wysyła nam mailowe zapytanie i to pytanie wymaga, można powiedzieć, analizy, nie jesteśmy w stanie odpowiedzieć na nie w krótkim terminie, poinformujemy o tym klienta. Że odpowiedź otrzyma w późniejszym terminie, ze względu właśnie na złożoność takiego pytania. Jeżeli też nie jesteśmy w stanie dotrzymać jakiegoś terminu, też poinformujemy o tym klienta.

Nie wiem, czy zdarzyło się Państwu, ale czasami przekręcamy nazwiska, na pewno jest to nieprofesjonalne. Klienci mogą reagować negatywnie, ponieważ imię i nazwisko jest czymś co nas wyróżnia. I sama na własnym przykładzie wiem, że moje nazwisko często jest przekręcane na Dzedzic lub Dudzik, nie Dudzic i czasami jest to irytujące.

I to co wspominała Aneta wcześniej, notujemy informacje na temat klientów, aby później nie tracić czasu na powrót do tej analizy.

A: Mamy nadzieję, że te kilka informacji, które tutaj przekazałyśmy razem z Renatą, będą dla Państwa pomocne podczas kontaktu z klientem. Zachęcamy Państwa do komentowania i subskrybowania naszego kanału. Dziękujemy.

R: Dziękujemy.

[https://www.youtube.com/user/infaktpl?sub\\_confirmation=1](https://www.youtube.com/user/infaktpl?sub_confirmation=1)

<https://www.infakt.pl/blog/>

