

[Compact CS-스킬편]
한국형 8大 고객불만 솔루션
정리노트



학습 목차

차시	차시명	주요 훈련내용
1	[착각의 늪] 내가 누군지 알아?	<ol style="list-style-type: none"> 1. '나 VIP야!' 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객의 특징은? 2. '나 VIP야!' 이 고객은 왜 화를 내는 걸까? 3. 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대 할까?
2	[부당요구] 무조건 바꿔죠?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 고객 요구의 변화 -부당한 요구 고객이 많아요. 2. 고객에 대한 응대 원칙 3. 함께 실천하고 적용하기
3	[버티기 작전] 세상에 안되는게 어디 있니?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 억지형 고객의 특징 이해하기 -정말 다 가능하다고 생각하는 걸까? 2. 억지형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 버틴다고 다 되지 않아요. 3. 억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 -무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?
4	[미저리 버전] 처리될 때까지 전화 끊기만 해봐?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 미저리형 고객의 특징 이해하기 -정말 끊으면 안되는가? 2. 미저리형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 오히려 내게 역풍으로 다가 올 수 있어요. 3. 미저리형 고객의 효과적인 응대 스킬 -차근차근 침착하게 고객의 이해와 협조를 구해요.
중간평가		선다형 10문제 출제
5	[파파라치 척] 내가 알아본 바에 의하면요?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 정보형 고객의 특징 이해하기 2. 정보형 고객을 등돌리게 하는 잘못된 응대 3. 정보형 고객의 효과적인 응대 스킬
6	[피해과장] 내 피 같은 돈 어떡할꺼야?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 피해 과장 고객 심리 이해하기 2. 피해과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아 보기 3. 피해 과장 고객에 대한 정리 및 응대에 대한 원칙
7	[욕 빼면 시체] 지금 나를 무시하니, 꿇어!	<ol style="list-style-type: none"> 1. '분노'란 감정은 무엇일까? 2. 분노하고 욕을 하는 고객의 특징은? 3. 욕하는 고객 다스리는 응대 요령은?
8	[예민한 그날] 뭐가 그리 복잡해요?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 개인정보유출 전쟁의 시대, 고객의 예민함을 어떻게 이해해야 할까? 2. 정보에 예민한 고객에게 적절하지 않은 응대 VS 적절한 응대 3. 고객 정보에 대한 직원의 적절한 태도 및 응대지침
최종평가		선다형 7문항, 단답형 3문항 출제
과제		레포트 1문제



중점 학습내용!

- 1 '나 VIP야!' 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객의 특징은?
- 2 '나 VIP야!' 이 고객은 왜 화를 내는 걸까?
- 3 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대할까?

1

'나 VIP야!' 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객의 특징은?

1. 심리적 특성

- (1) 타 고객과는 다른 서비스를 받고 싶어한다.
- (2) 특별한 혜택, 특별한 공간 서비스를 희망한다.
- (3) 높은 직급의 사람에게 서비스를 받아야만 존중받는다고 생각한다.

2. 행동 특성

- (1) 타 고객을 배려하지 않고 자신이 서비스 공간이 전체를 차지하려 한다.
- (2) 직원의 말을 듣지 않고 '높은 사람'을 찾는다.
- (3) 돈으로 해결할 수 있다고 생각한다.
- (4) 직원을 자신보다 낮은 사람이라고 생각해 존중하지 않는 경우가 많다.



중점 학습내용!

- 1 '나 VIP야!' 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객의 특징은?
- 2 '나 VIP야!' 이 고객은 왜 화를 내는 걸까?
- 3 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대할까?

2

'나 VIP야!' 이 고객은 왜 화를 내는 걸까?

1. 불만고객의 불만 원인(불만고객이 발생하는 이유)

(1) 직원에 대한 불만이 있을 때

불친절한 서비스, 직원의 능력 부족, 타 고객과 차별대우하는 서비스, 고객을 속이는 서비스

(2) 회사에 대한 불만 때문에

시설에 대한 불만, 제품 및 서비스의 결함, 시스템 및 제도 불량

(3) 고객 스스로 불만이 있을 때

고객의 부주의, 지나친 기대, 고객의 개인적인 감정

2. 해결방법

(1) VIP라 생각하는 고객이 화낼 경우 먼저 **사과하라**

고객의 감정을 상하게 한 것에 대해 사과하고, 고객의 잘못까지 자신의 탓으로 인정해서는 안 된다.

(2) 과시하는 것을 좋아하는 유형의 고객

대접받고자 하는 욕구가 강하므로, 특이사항을 찾아 칭찬하고, 차별된 대우를 받고 있는 느낌을 전달하라

**중점 학습내용!**

- 1 '나 VIP야!' 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객의 특징은?
- 2 '나 VIP야!' 이 고객은 왜 화를 내는 걸까?
- 3 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대할까?

3

특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대할까?**1. 불만고객을 응대하는 4단계 법칙**

1단계 신속한 사과 - 2단계 경청과 공감 - 3단계 원인 분석 - 4단계 대안 및 해결

(1) 1단계 : 신속한 사과

우선 사과를 통해 고객의 마음을 달래고 추후 설명하는 것이 중요하다. 이때 주의할 점은 너무 밝은 톤의 목소리로 사과하면 놀리는 것처럼 받아들여지기 때문에 한 단계 낮은 톤으로 조심스럽게 대해야 한다.

(2) 2단계 : 경청과 공감

고객의 불만을 적극적으로 경청하고 공감해 고객을 위하고 있다는 느낌을 전달한다.

(예시) "아 그러셨군요. 그런 점 때문에 많이 불편하셨을 것 같습니다. 정말 죄송합니다."

고객의 불편한 감정에 대해 적극적으로 공감하는 것이다. 이때 주의할 점은 사과의 범위를 정확하게 해야 한다. 고객의 감정에 대해서는 충분히 사과하지만 고객의 모든 잘못까지 사과해 직원의 탓으로 인정하지 않도록 한다. 또한 탁트인 공감보다는 특별한 공간으로 고객을 이동시켜 차별화된 서비스를 제공하고 있음을 전달하는 것이 좋다. 특히, 보스형 고객의 경우 타 고객이 지켜보고 있을 때 더 화를 내거나 쉽게 지려고 하지 않기 때문에 독립된 공간에서 응대하는 것이 좋다.



중점 학습내용!

- 1 '나 VIP야!' 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객의 특징은?
- 2 '나 VIP야!' 이 고객은 왜 화를 내는 걸까?
- 3 특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대할까?

3

특별한 대우를 받고 싶어하는 고객은 어떻게 응대할까?

1. 불만고객을 응대하는 4단계 법칙

(3) 3단계 : 원인 분석

고객이 서비스의 어떤 부분에서 불만이 생겼는지 확인해야 하고, 그 원인에 대해 설명한다.

가르치려는 태도를 버리고 고객의 감정과 상황을 일부분 인정한 후 오해가 있었음을 조심스럽게 설명한다.

(예시) “네 고객님 정말 죄송합니다. 실례지만 어떤 일인지 여쭙봐도 될까요?”

“어린이 고객을 응대하던 도중 작은 실수가 있었던 것 같습니다. 옷에 걸려 다칠까 염려되어 안전한 곳으로 모시고자 하였는데, 고객님의 기분을 상하게 한 것 같습니다. 죄송합니다.”

이때 주의할 점은 화가 난 감정에 대해 충분히 공감한 후 원인에 대해 분석해야 하며, 원인에 대해 설명할 때 전문용어를 사용하지 말고 쉬운 말로 설명해야 한다. 그리고 조심스러운 태도를 취해야 한다.

(4) 4단계 : 대안 및 해결

특별한 대우를 받는 것을 좋아하는 보스형 고객은 현장 직원의 해결보다는 책임자를 만나고자 한다. 따라서 최대한 현장직원의 선에서 문제를 해결하고자 한 후, 계속해서 책임자를 요청한다면 금일 최고책임자에게 상황을 전달해 간단한 상황 설명 후 고객응대를 위해 신속한 이동을 요청한다. 이 때 주의할 점은 현장직원이 책임자에게 고객을 모실 때 끝까지 정중한 태도로 응대해야 한다. 또한 새로운 책임자가 고객이 인정할 만한 전문가, 높은 지위에 있는 사람이어야 한다. 마지막으로 해결책을 제안할 때 통보형이 아닌 “고객님 어떤 것을 원하십니까?”, “OO을 해드리면 괜찮으실까요?”와 같은 권유형으로 대화를 진행, 고객의 의사를 적극 반영할 것을 전달해야 한다.

VIP고객을 받고 싶어하는 고객을 응대할 때 가장 중요한 것은 고객이 스스로 '특별한 대우, 존중'을 받고 있다고 느끼게 하는 것이다.

**중점 학습내용!**

- 1 고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요
- 2 고객에 대한 응대 원칙
- 3 함께 실천하고 적용하기

1

고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요**1. 소비자의 문제 행동 유형으로 구분한, 소비자 문제행동의 원인****(1) 높은 기대 수준**

개인 비서와 같은 서비스를 기대.

소비자 단체에 의뢰하면 해결해 주어야 한다는 고정관념.

(2) 왜곡된 소비자권리의식

동호회 등에서 이슈화를 통해 본인의 입지 강화.

피해 입증 자료 없이 소비자 주장만 내세움.

과오는 생각지 않고 소비자 권리만 요구.

피해자라는 잘못된 인식.

자존심 손상에 보상심리.

(3) 무지

작은 문제를 확대해석해 안전과 결부 지어 생각.

법 규정 전문지식 부족.

해당 내용에 인지 부족.

계약내용 미숙지.

상품과 서비스에 대한 이해 부족.

(4) 개인성향

감정, 가치관, 편익 기대치 등 소비자 개인의 성향, 성격, 문제의식, 지각적인 측면까지 포함.

막연한 정의감, 개인적 특성과 경제적 어려움, 자기 중심적 문제해결에 집착하는 성향.

**중점 학습내용!**

- 1 고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요
- 2 고객에 대한 응대 원칙
- 3 함께 실천하고 적용하기

1

고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요**2. 부당한 요구를 하는 상황의 고객에 대한 원인 분석****(1) 기업의 문제**

지나치게 고객에게 기대치를 높이는 광고나 홍보는 블랙 컨슈머를 만들어 내는 원인이 된다. 따라서, 판매 당시부터 고객에게 신뢰를 주는 완전 판매여야 한다는 사실을 기억해야 한다.

(2) 고객의 문제

고객의 오해나 잘못된 인식으로 인해 부당한 서비스가 가능하다고 인식한다. 이런 경우, 고객을 가르치거나 무시하는 태도를 보여주는 것은 적절하지 않다.

(3) 사회적 문제

우리 사회는 환불이나 교환에 대해 관대한 편이라 자신이 이걸 받지 못하면 손해라고 생각한다. 따라서, 사회적으로도 명확한 규정과 법률을 갖는 것은 매우 중요하다.



중점 학습내용!

- 1 고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요
- 2 고객에 대한 응대 원칙
- 3 함께 실천하고 적용하기

2

고객에 대한 응대 원칙

1. 부당한 요구를 하는 고객을 응대하는 세가지 NO

(1) 첫째, No Doubt(의심하지 않기).

고객은 자신의 진의를 들키고 싶어 하지 않는다.

교환이나 환불이 목적인 고객에게 “혹시 세탁하신 적이 있으세요?” 또는 “고객님, 반품 교환 안내서는 읽어 보셨죠?” 등의 단도 직입적인 질문은 피하는 것이 좋다.

이런 질문을 받은 고객은 목소리를 높이고 불쾌함과 동시에 기분이 상하여 더욱 더 방어자세로 들어가게 될 것이다.

(2) 둘째, No Explain(설명하지 않기).

제발 먼저 설명하지 않도록 한다.

고객이 환불이나 반품을 요구하게 되면, 직원은 알아보거나 확인해 보는 과정조차 없이 단호하게 안되는 사유부터 설명한다.

설명이 먼저 나오게 되면 고객은 ‘안된다고 할 거지? 그럼 나도 되는 이유를 찾아내겠어!

이제, 이 불만은 70%는 실패라고 생각해도 된다. 결국 고객을 이길 직원은 없기 때문이다.

(3) 셋째, No Expose(감정 건드리지 않기).

직원의 개인 감정이 드러나서는 안된다.

고객 스스로도 다소 무리한 요구라고 생각이 드는 경우, 결국 서비스의 문제를 결부 시키려 한다.

따라서, 최대한 침착하고 정중하게 접근하되, 한숨, 침묵, 억양의 변화 등 자신의 감정표현을 해서는 안된다는 것을 명심해야 한다.



중점 학습내용!

- 1 고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요
- 2 고객에 대한 응대 원칙
- 3 함께 실천하고 적용하기

2

고객에 대한 응대 원칙

2. 무리한 요구를 바라는 고객, 효과적인 응대 방안

(1) 즉답하지 않는다.

“아~네.. 환불을 요청 하시는군요.” 와 같이 “아~네 ” 라는 접속어를 사용하여 조심스러움과 긍정적인 수용 태도를 고객에게 보여주는 것은 감정적인 완충이 된다.

“환불이요? / “환불 말씀이십니까” 와 같이 문제가 먼저 나오게 되면 고객은 바로 흥분하거나 큰 소리로 강력히 요구할 것이다.

(2) 질문의 가짓수를 언급한다.

질문을 통해 고객의 사용 흔적이나 구매 이력등을 확인할 때에는 미리 질문의 가짓수를 언급한다. 즉, 설명 표현 + 질문 가짓수 + 청유형 질문 이렇게 전달 하도록 한다.

(예시)

“ 고객님, 환불에 대해 도움을 드릴 수 있도록 세 가지 정도만 여쭙봐도 되겠습니까?

“ 고객님, 교환을 위해 두 가지 정도 확인이 필요합니다. 괜찮으십니까?

(3) 충분한 공감과 경청 후에 설명하라.

설명을 먼저 하지 않고, 불편 사항과 불만족에 대한 고객의 의견을 듣는다.

이후, 규정에 대해 확인하고 답변 드리겠다는 형식으로 잠시 대기하도록 권유한다.

그리고, 충분한 논의와 확인을 거친 답변이라는 인식을 주면서 거절을 하는 것이 가장 적절한 대응 방법이다.

만약 수용하지 못할 경우에도, 충분한 공감과 경청을 했기에 80% 정도의 고객은 돌려세울 수 있다.



중점 학습내용!

- 1 고객 요구의 변화 - 부당한 요구 고객이 많아요
- 2 고객에 대한 응대 원칙
- 3 함께 실천하고 적용하기

3

함께 실천하고 적용하기

문제행동 고객 방지 및 효율적 대응을 위한 제도

(1) 소비자상담의 전문화

소비자상담 기술의 향상과 관련 전산망 구축 및 상담표준화가 필요하다.

기업의 구체적인 처리 지침(대응 매뉴얼), 전담인력(부서) 등을 마련하는 것이 중요하다.

역지 주장을 하는 문제 행동에 대한 업무책임자 상담, 분쟁해결 업무 경험이 많고 상담기술이 뛰어난 직원을 배치해 대응하는 방안이 효과적이다.

(2) 블랙 컨슈머에 대한 전산 및 시스템화

소비자 유형에 따른 맞춤 대응.

소비자의 문제행동 단계별 적절한 대처.

소비자상담기관 및 소비자단체에서 공통으로 접속하는 전산망 구축으로 표준화된 답변 유도.



Chapter
03

[버티기 작전] 세상에 안되는게 어디 있지?



중점 학습내용!

- 1 억지형 고객의 특징 이해하기 - 정말 다 가능하다고 생각하는 걸까?
- 2 억지형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 버틴다고 다 되지 않아요.
- 3 억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?

1

억지형 고객의 특징 이해하기 - 정말 다 가능하다고 생각하는 걸까?

심리에 따른 억지형 고객의 유형

(1) 이익을 얻기 위해서는 조금은 뻘뻘해져도 상관없다는 유형

원칙을 알면서도 모른 채 하며 요구사항을 관철하려고 하는 유형이다.

원하는 것을 다 얻지 못하더라도 우기고 버티 다른 이익을 받으려고 기대한다.

(2) 정말 안되는게 어디있어? 라고 믿는 유형

고객만족과 회사의 이미지를 위해 예외적으로 제공한 서비스가 고객에게 왜곡된 인식을 갖게 하는 결과를 초래했다. 실제 자신이나 주변에서 안될 것 같았던 상황이 관철되는 경험이 있거나, 기업이 고객만족을 위해서는 뭐든 할 수 있으리라 생각한다.

(3) 원하는 걸 얻지 못해도 상관없고 너라도 괴롭힐거야 유형

여러 방법을 써 보고도 원하는 결과를 얻지 못해 감정이 상하거나 더 이상 잃을 게 없다고 생각하는 고객이 지속적으로 무리한 요구를 하며 버티는 유형이다.

이 유형의 고객은 일반적으로 다른 기관이나 부서로 문제가 이관되는 것도 거부하며 처음 응대했던 직원이나 부서를 고집하며 지속적인 문제를 제기하기도 한다.

(4) 자신의 잘못이나 실패를 인정하고 싶지 않아서 우기는 유형

자신의 주장을 철회하는 것이 마치 모든 책임이 자신에게 있다고 인정하는 느낌이 들어 끝까지 주장을 관철한다. 자존감이 강한 고객의 경우도 이러한 유형으로 나타날 수 있다. 내가 말하는 것을 당신들이 수용해야 한다고 억지 부리면서 우월성을 과시하는 경우이다.



중점 학습내용!

- 1 억지형 고객의 특징 이해하기 - 정말 다 가능하다고 생각하는 걸까?
- 2 억지형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 버틴다고 다 되지 않아요.
- 3 억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?

2

억지형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 버틴다고 다 되지 않아요.

억지형 고객을 더욱 끈기 있게 버티게 하는 잘못된 응대 유형

(1) 원칙만 내세우는 경우

원칙이나 법, 규정에 어긋나는 것을 요구하는 고객에게 원칙이니 무조건 안된다고 하는 경우이다. 문제를 조금이나마 해결하려는 노력없이 원칙만을 내세우는 직원의 행동을 고객은 무책임하고 무성의하다고 느낄 수 있다.

(잘못된 표현 예시)

“고객님, 법이 그렇습니다.” / “원칙이 그렇습니다.”

“회사 규정상 무조건 불가능합니다.” / “우리 회사뿐 아니라 다른 곳도 마찬가지입니다.”

(2) 고객의 행동을 비난하는 경우

고객의 행동이 비이성적이고 무지나 억지에서 비롯되었다는 것을 대화 중에 표현하는 경우이다. 직원은 잘못된 부분을 고치고 제대로 알려 준다는 의도일지 모르나, 고객은 비난이나 빈정거림으로 들려 컴플레인이 확대될 수 있다.

(잘못된 표현 예시)

“고객님도 생각해 보세요. 그게 가능하거나 합니까?”

“고객님께서 잘못하시고 저희한테 이렇게 하시면 안되지요.”

“알만한 분이 왜 그러세요. 그런다고 될 것 같으면 진작 해드렸죠.”

“어디서 그렇게 하셔서 됐었는지 모르지만 저희는 안됩니다.”

“여기서 이러시면 안됩니다. 여기 고객님만 계신 것도 아니고 저희가 고객님 문제만 해결하는 것도 아니지 않습니까?”

(3) 고객의 의견이나 주장 자체를 무시하거나 외면하는 경우

적극적인 문제 해결보다는 고객이 스스로 지칠 때까지 기다리는 것이 답이라고 생각하는 경우, 고객을 무시하는 표현이나 외면하는 행동으로 고객을 더 화나게 하기도 한다.

(잘못된 표현 예시)

“네? 참... 네...” / “고객님, 말이 되는 소리를 하세요.”

“알만한 분이 어떻게 그렇게 말씀하세요?”

“네네.. 고객님 더 말씀하셔도 결론은 똑같습니다. 그만하세요.”

“가능한 걸 안해드리는 게 아니잖아요. 똑같은 얘기를 왜 하세요?”

“계속 똑같은 말씀 하실거면 그냥 가세요.”



중점 학습내용!

- 1 억지형 고객의 특징 이해하기 - 정말 다 가능하다고 생각하는 걸까?
- 2 억지형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 버틴다고 다 되지 않아요.
- 3 억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?

3

억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?

1. 억지형 고객이 원하는 것

(1) 자신의 요구 전체를 수용해 주는 것

요구 전체를 수용하는 것은 불가능하다. 다만, 초기 단계에서는 수용이 불가능했지만 추후 수용이 가능하다면 최대한 빨리 요구사항을 수용하여 처리하는 것이 맞다.

이때 주의할 점은 무조건 우기니까 해준다는 식보다는 원칙/규정/법상으로 불가능하지만, 고객에 대한 도의적 책임이나 회사나 직원의 부족함이 있기에 이번만 예외 적용된다는 점을 설명해야 한다.

(2) 요구 전체가 어렵다면 일부라도 수용하든지 대안을 제시해 주는 것

고객에게 원칙만 제시하고 대안이나 부분 수용에 대한 설명이 부족했다면 사과와 함께 추가 해결방안에 대해 이야기 하는 것이 좋다.

이 또한 우기고 버티니 해준다는 식보다는 문제 해결을 위해 여러 방법을 알아보고 노력하는 과정에서 이런 방법으로 해결이 가능하다는 식으로 제시하는 것이 좋다.

(3) 요구사항이 관철되지 않더라도 자신이 왜 그러는지 인정하고 공감해줬으면 하는 감정적 수용 결국 안되는 걸 되게 할 수 없을 때는 상황에 대한 수용은 불가능하더라도 고객의 감정에 대한 수용은 필요하다.

고객이 납득할 만한 성의 있는 태도와 조심스런 응대가 감정적 수용에 절대적으로 필요하다.



중점 학습내용!

- 1 억지형 고객의 특징 이해하기 - 정말 다 가능하다고 생각하는 걸까?
- 2 억지형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 버틴다고 다 되지 않아요.
- 3 억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?

3

억지형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 무조건 원하는 것을 주는 것이 해답일까?

2. 억지형 고객에 대한 효과적인 응대 방법

(1) 끝까지 경청하기

수용이 불가능한 고객의 요구사항을 여러 번 충분히 들었을 것이지만 고객이 거절을 수용할 수 있도록 심리적 완충 지대를 만드는 첫 단계는 고객의 얘기를 끝까지 몇 번이고 듣는 것이다. 다 아는 내용이지만, 충분히 공감하면서 고객의 얘기를 끝까지 경청해야 한다.

(2) 신중하게 생각하고 있다는 것을 표현하기

경청이 끝난 후 답변을 할 때 회사나 직원이 고객의 의견이나 요구사항을 어떻게 해결할 지 신중하게 생각하고 있다는 것을 표현하는 것이 좋다.

(예시)

“고객님, 어떻게 해결해 드릴 지 저희도 충분히 고민하고 있습니다. 조금만 기다려 주시겠습니까?”

“말씀하신 부분에 대해 제가 여러가지 방법을 찾아보고 연락 드려도 될까요? 최대한 알아보고 연락 드리겠습니다.”

“이것이 반드시 되어 한다는 말씀이시죠? 말씀 하신 부분을 해결해 드릴 수 있을 지 방법을 찾아보겠습니다.”

“무슨 말씀이신지 충분히 잘 이해했습니다.최선을 다해 알아보겠습니다.”

(3) 거절의 기술을 통해 고객 설득하기

결과적으로 고객의 요구 사항은 수용하기 어렵기에 고객에게 거절 의사를 밝혀야한다. 거절은 상황에 대한 거절이어야지 관계나 사람에 대한 거절로 느껴지게 해서는 안된다. 따라서, 아래 기술을 적용하여 고객을 설득해야 한다.

*최소한의 성의 보이기

*최선의 범위 전달하기

*이유 설명하기

*고객을 심정적으로 충분히 이해하고 공감한다는 표현하기

*긍정적 마무리하기

**중점 학습내용!**

- 1 미저리형 고객의 특징 이해하기 - 정말 끊으면 안되는가?
- 2 미저리형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 오히려 내게 역풍으로 다가 올 수 있어요.
- 3 미저리형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 차근차근 침착하게 고객의 이해와 협조를 구해요.

1

미저리형 고객의 특징 이해하기 - 정말 끊으면 안되는가?**미저리형 고객을 이해하기 위한 고객의 심리****(1) 우월감을 느끼고 싶어하는 심리**

고객들은 자신의 소비를 통해 남들보다 우월함을 느끼고 싶어한다.

그래서 서비스를 할 때 고객의 이러한 심리를 만족시켜 줄 필요가 있다.

(2) 환영 받고 싶어하는 심리

고객이 매장에 방문했을 때 즉각적인 서비스 및 환영을 해야 고객의 심리를 만족시켜 줄 수 있다.

(3) 손해를 보기 싫어하는 심리

동일한 상품을 구매하지만 각자의 이익에 대한 기대치의 차이로 손해 보고자 하는 마음의 정도 차이가 있다.

고객들은 동일한 서비스를 받았다고 생각되면 서비스 수준 자체를 받아들이지만, 차별된 서비스 및 만족스러운 서비스를 받지 못한 경우, 손해 본 느낌을 받게 된다.

(4) 독점하고 싶은 심리

고객은 자신에게 서비스가 집중되길 바라는 심리가 있다.

이것은 손해를 보기 싫어하는 심리와도 연결되는 부분이다.

(5) 자기 중심적인 고객 심리

나와 타인이 모두 고객이라는 생각은 기업과 서비스를 제공하는 직원의 몫이고, 고객은 자신이 항상 제 1 고객이 되길 희망한다.

**중점 학습내용!**

- 1 미저리형 고객의 특징 이해하기 - 정말 끊으면 안되는가?
- 2 미저리형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 오히려 내게 역풍으로 다가 올 수 있어요.
- 3 미저리형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 차근차근 침착하게 고객의 이해와 협조를 구해요.

2

미저리형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 오히려 내게 역풍으로 다가 올 수 있어요.**1. 전화를 끊기를 거부하는 고객의 유형**

- (1) 과거 통화 종료로 인한 불이익을 받았던 고객.
- (2) 의도를 가진, 즉 그 뜻에 걸려들기를 원하는 목적 의식을 가진 고객.
- (3) 직원을 괴롭힐 의도가 있는 고객.

2. 미저리형 고객에 대한 잘못된 응대**(1) 배타적인 태도**

무리한 고객의 요구로 고객에 대한 선입견을 가지는 배타적인 태도는 버리는 것이 중요하다.

(2) 단호한 태도

원칙을 설명하며 단호하게 대하는 것은 고객과의 문제를 악화시킨다.

(3) 짜증내거나 비난하는 듯한 태도

이러한 유형의 고객을 만났을 때 가장 실수하기 쉬운 태도로 고객의 분노를 더 유발한다.

(4) 침묵하는 태도

입장이 난처해진 직원이 침묵을 택하면 고객은 이런 직원이 자신의 문제를 해결해 줄 적임자라고 신뢰하지 않게 되어 문제가 발생 할 수 있다.

**중점 학습내용!**

- 1 미저리형 고객의 특징 이해하기 - 정말 끊으면 안되는가?
- 2 미저리형 고객을 더욱 화나게 하는 잘못된 응대 - 오히려 내게 역풍으로 다가 올 수 있어요.
- 3 미저리형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 차근차근 침착하게 고객의 이해와 협조를 구해요.

3 미저리형 고객의 효과적인 응대 스킬 - 차근차근 침착하게 고객의 이해와 협조를 구해요.**미저리형 고객에 대한 올바른 응대****(1) 우선 수용의 원칙**

통화 종료를 거부하는 고객의 요구 사항을 수용하는 태도가 가장 중요하다.

“네 알겠습니다. 고객님의.” 또는 “그렇게 하겠습니다.” 와 같은 내용을 포함한 응대는 고객의 말에 토를 달거나 이의를 제기하지 않겠다는 느낌을 주어 심리적 안정감을 준다.

(2) 협조의 원칙

고객에게 최대한 협조하는 태도는 강성의 고객의 마음도 진정시킬 수 있다.

고객에게 해결 과정에 대한 설명과 소요되는 시간이나 기한 등을 제공하여 고객에게 선택할 수 있도록 질문을 하는 것이다.

(3) 신뢰·책임의 원칙

고객이 만약 전화가 끊겨 빠른 해결이 되지 않을 것에 대한 우려가 있을 경우, 담당자의 연락처, 직원명, 연락 드릴 수 있는 시간 안내를 반드시 해야 한다.



중점 학습내용!

- 1 정보형 고객의 특징 이해하기
- 2 정보형 고객을 등돌리게 하는 잘못된 응대
- 3 정보형 고객의 효과적인 응대 스킬

1

정보형 고객의 특징 이해하기

정보형 고객이 자신이 알고 있는 정보를 설명하고 아는 척, 잘난 척 하는 이유

(1) 자신이 알고 있는 정보와 지식에 대한 인정 욕구.

인정욕구는 인간의 생존을 위해 꼭 필요한 심리적 욕구이다. 뛰어난 능력을 인정 받는 일은 자기가 생존할 이유가 충분하다는 것을 확신하는 일로서, 자신감이나 자부심을 갖게 되어 삶의 목표까지 생기게 만드는 기제이다.

고객은 자신이 알고 있는 정보나 지식에 대해 인정 받길 원한다.

특히 전문가 스타일의 고객은 높은 자존감과 승부욕으로 높은 수준의 인정욕구가 있으며, 다른 이익이나 혜택보다 인정욕구를 충족하는 계기로서 정보형 고객이 되었을 가능성이 높다.

(2) 알고 있는 만큼 혜택이나 이익을 누리고 싶은 욕구.

기업이 정보나 지식이 부족한 고객에게 부당한 대우를 하거나 기만하는 사례가 많아졌다.

이에, 고객들은 이 같은 사례를 피하기 위해, 정보를 수집하며 아는 만큼 이익과 혜택을 누릴 수 있다는 생각을 하게 되어 정보형 고객이 되기도 한다.

(3) 전문성이 있는 직원에서 제대로 된 서비스를 받고 싶다는 욕구.

서비스의 정의는 제한된 시간과 조건에서 고객의 욕구를 파악하고 최대한 욕구 충족을 위해 다양한 노력을 해야한다는 것이다.

고객은 단순하게 미소 짓는 친절한 서비스만 원하는 것이 아닌 전문성과 지식을 갖춘 직원이 자신에게 최적이자 최고의 서비스를 제공해 주길 기대한다.

고객이 모든 정보를 알 수 없기에 직원의 전문성이 자기의 이익이 될 것이라 기대하기 때문이다.

(4) 내가 이런 정보를 알고 있으니 나를 기만하거나 속이려고 하지 말라는 경고의 의미

직원의 전문성을 체크하기 위해 고객은 자신이 알고 있는 정보를 얘기하거나 질문하기도 하며, 고객이 무지하다고 생각하여 대충 서비스를 제공하려는 직원의 태도를 예방하기 위해 자신이 알고 있는 정보를 먼저 얘기함으로써 직원에게 최상의 서비스를 제공할 수 있도록 한다.

* 욕구 표현되는 방식은 동일하지만 그 내부적인 욕구는 다르다는 점을 알고 고객의 말을 경청하면서 어떤 욕구를 가지고 있는지 파악하는 것이 중요하다.



중점 학습내용!

- 1 정보형 고객의 특징 이해하기
- 2 정보형 고객을 등돌리게 하는 잘못된 응대
- 3 정보형 고객의 효과적인 응대 스킬

2

정보형 고객을 등돌리게 하는 잘못된 응대

1. 정보형 고객의 특징은 다른 불만 유형보다 훨씬 기업이나 직원에게 호의적인 경우가 많으며, 자신이 원하는 부분만 해소되면 파트너십을 가지고 함께 하고자 하는 생각을 가진 경우가 많다.

2. 이런 정보형 고객을 등돌리게 하는 잘못된 응대

(1) 무반응

직원은 고객이 아는 척, 잘난 척으로만 해석하여 아예 무반응으로 대응하기도 한다.

무반응을 유지하다가 고객의 말이 길어지면 중단시키려는 시도를 하거나 비웃는 듯한 태도를 보이기도 한다.

(나쁜 표현의 예시)

“그래서 뭘 어쩌자는 건가요?” / “아, 네.네.네.”

“고객님이 얼마나 아시는 지가 중요한 게 아니잖아요?”

(2) 내가 전문가이니 그만 하시라는 태도

직원은 내가 고객보다 전문가라는 생각으로 고객을 무시하는 듯한 표현을 하기도 한다.

기본적으로 정보형 고객은 욕구를 인정받고 싶어함을 잊어서는 안된다.

(나쁜 표현의 예시)

“아무려면 제가 그런 것도 모르겠습니까?” / “죄송한데요, 무슨 말씀이신지는 알겠는데요.”

“제가 이 업무만 십 년째거든요. 다 아는 얘기입니다. 고객님의.”

(3) 당신이 알고 있는 것은 틀렸다는 태도

고객이 잘못된 정보를 수집했거나 잘못 표현하는 경우, 직원은 고객의 이런 실수를 놓치지 않고 지적하기도 한다.

(나쁜 표현의 예시)

“지금 무슨 말씀을 하시는 거예요? 그렇지 않습니다.”

“고객님, 그거 인터넷에서 보셨죠? 잘못된 정보입니다.”

“아.. 요즘은 인터넷이 문제입니다. 그건 거 보지 마세요.”

“참나.. 고객님의 제대로 알고 말씀하시는 건가요? 확실하세요?”

* 상기 잘못된 고객 응대는 초보 직원이 아니라 베테랑 직원이 저지르는 경우가 많다.

이는 베테랑 직원의 자신감과 자부심이 고객에게 오만하고 거만하게 전달될 수 있다.

따라서, 전문성을 가진 직원일수록 세심한 태도와 커뮤니케이션에 주의가 필요하다.



중점 학습내용!

- 1 정보형 고객의 특징 이해하기
- 2 정보형 고객을 등돌리게 하는 잘못된 응대
- 3 정보형 고객의 효과적인 응대 스킬

3

정보형 고객의 효과적인 응대 스킬

1. 정보형 고객은 기업에 호감을 갖고 있거나 호의적인 경우가 많으며, 내가 거래하는 기업에 좋은 정보를 주고 도움이 되는 고객이 되고 싶고 앞으로도 지속적으로 거래하고 싶어한다.

2. 정보형 고객의 효과적인 응대스킬

(1) 정보가 부족했다면 솔직하게 인정한다.

정보화 시대에 고객들은 회사의 서비스 약속의 공정성과 진실여부를 즉시 확인할 수가 있다. 또한 직원보다 더 뛰어난 정보력을 가지고 있기도 한다. 이런 고객 앞에서 정보를 가지고 선불리 맞서려 하거나 귀찮은 듯 덮으려고 해서 안 된다. 이럴 경우, 직원은 솔직하게 정보 부족에 대해 인정하고 고객의 이야기를 듣고 원하는 것을 더욱 세심하게 다뤄야 한다.

(2) 센스 있게 인정하기:

- 정보화시대의 특성을 이해하기

정보화 시대에 고객은 알고자 하는 모든 것들을 쉽게 알 수 있으므로 이런 특성을 이해하여 고객의 정보를 인정하는 자세가 필요하다.

- 칭찬하며 높이 평가하기

정보형 고객은 자신의 정보력을 인정받고 싶어한다. 이에 고객의 정보력이나 지식을 칭찬하고 높여주는 게 필요한데 형식적인 칭찬과 인정이 아니라 진정성 있고 구체적인 표현이 필요하다.

- 고객의 의견이나 정보를 수용하는 자세

진지하게 수용하는 자세로 고객의 의견에 공감하고 우리 회사나 서비스에 큰 도움이 되었다는 느낌을 전달하는 것이 좋다. 이를 통해, 고객은 인정의 욕구를 충족함과 동시에 이 회사에 내가 중요한 존재라는 것을 느낄 수 있게 된다.

(3) 전문가답게 제안하기

정보형 고객 중에 잘못된 정보를 수집하는 경우, 이를 바로 잡아 정확한 정보를 전달하는 것도 올바른 서비스 방법이다. 다만, 틀린 정보를 수정하는 과정에서 고객을 지적하거나 틀렸다고 비난하는 느낌을 받게 해서 안 된다. 전문가들간의 의견을 주고 받듯이 여유 있고 부드럽게 제안하는 태도가 필요하다.



중점 학습내용!

- 1 피해 과장 고객 심리 이해하기
- 2 피해 과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아보기
- 3 피해 과장 고객에 대한 정리 및 응대에 대한 원칙

1

피해 과장 고객 심리 이해하기

피해 과장 고객을 이해하기 위한 고객에 대한 4가지 기본 전제

(1) 고객은 이성적이지 않다.

고객이 자신의 재산에 조금이라도 손실이 발생한 경우, 비이성적인 판단에 의해 회사나 직원을 원망의 대상으로 당연하게 생각하며, 치밀은 분노는 보상 욕구로 이어진다.
이런 고객에게 원칙을 이야기하는 것은 적절하지 않다는 것을 기억해야 한다.

(2) 고객은 객관적이지 않다.

고객은 수많은 커뮤니티와 주변인들로부터 들은 이야기를 믿고 직원에게 요구를 한다.

(3) 고객은 합리적이지 않다.

자신이 말하고 있는 시간적, 정신적 피해 보상, 개인적 피해가 정말 객관적으로 타당한지 생각하지 않는다.

(4) 고객은 유연하지 않다.

고객은 자신이 이 정도가 맞다고 판단하는 순간, 그 결과를 봉인하고 기업이나 직원에게 타협하려 하지 않는다.

* 그런데 여기에서 주목할 만한 부분이 있다. 이렇게 절대로 약함이 들어가 보이지 않는 고객의 마음 속에 자리잡은 것은 다름아닌 '불안감'이라는 사실이다.

물건 구입을 기점으로 돈이 이동하며 고객과 재화 제공자 사이의 주도권이 바뀌게 된다. 이로 인해 고객 입장에서는 불만이나 요구 사항을 들어주지 않을 것 같은 불안감을 가지게 된다.

따라서, 우리는 고객의 요구를 경청하는 자세와 충분히 도움을 주려는 마음가짐이 필요하다.

**중점 학습내용!**

- 1 피해 과장 고객 심리 이해하기
- 2 피해 과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아보기
- 3 피해 과장 고객에 대한 정리 및 응대에 대한 원칙

2

피해 과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아보기**1. 피해 과장 고객에 대한 잘못된 응대법****(1) 공개적으로 진상으로 인정하기**

공개적으로 고객을 진상화하는 것은 절대 옳은 응대라 할 수 없다.

이것은 고객의 마음 속 불안감을 키워 직원을 더 불리하게 만듦으로 결코 올바른 응대 태도라고 할 수 없다는 점을 기억해야 한다.

(2) 규정을 내세워 정당화하기

규정이나 지침을 먼저 내세우면 고객의 감정을 더욱 악화 시킬 수 있다.

따라서, 규정이나 원칙이라는 단어는 초반에 절대로 등장하지 않도록 해야 한다.

(3) 고객의 불합리 밝혀내기

고객의 불합리를 밝히기 위해 틀린 점을 찾으려는 태도는 적절하지 않다.

이러한 행동은 고객을 코너로 몰아 세우는 일이기 때문에 자제하도록 한다.

(4) 말로만 사과하는 수동적 태도

고객이 피해 내용을 주장하고 금전적인 보상을 요구한다면 말로만 사과하는 수동적 태도는 소용이 없다. 어떤 형식으로도 고객에게 돌아가야 할 해결책과 솔루션이 마련되어야 한다.



중점 학습내용!

- 1 피해 과장 고객 심리 이해하기
- 2 피해 과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아보기
- 3 피해 과장 고객에 대한 정리 및 응대에 대한 원칙

2

피해 과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아보기

2. 피해 과장 고객에 대한 적절한 대응 단계

(1) 주의 깊은 경청과 공감표현

고객의 불만을 주의 깊게 경청해야 하며 고객의 감정에 대한 공감 표현을 해야 한다.
고객의 말을 막지 말고 격한 감정을 표출 할 수 있도록 해야 하며, 컴플레인에 공감해야 한다.

(2) 불만에 대한 내용을 정확하게 질문 및 기록

고객의 불만에 대한 진정성 있는 공감표현을 해야 한다
구체적 내용 파악을 위한 탐색질문과 답변을 세밀하게 기록해야 하는데 여기서 중요한 점은
탐색질문 및 공감대 형성법을 터득해야 한다는 것이다.

(3) 고객에게 불만을 이해하였음을 표현

불만 내용을 정확하게 요약하고 반복하여 내용을 완전히 이해하였음을 고객에게 표현해야 한다.
또한, 진심어린 응대어를 구사하여 고객의 자존심을 충족시켜줄 수 있어야 한다.

(4) 해결방안 모색 및 고객의 동의

최선의 방법이자 고객을 만족시킬 수 있는 방법을 탐색 후 고객에게 문의한다.
고객이 선택할 수 있도록 두가지 안을 제시한다.
만약 요구사항을 수용하지 못할 경우, 대체 가능한 물질적 보상을 제시해 고객의 협조를 구한다.
이때 중요한 점은 부정적 단어의 사용을 금하고 긍정적인 어휘 구사를 해야 한다.

(5) 협조에 대하여 감사표현

불만에 대해 솔직하고 구체적으로 진정한 감사를 표해야 한다.
이때, 반드시 구체적으로 감사한 점을 표현해야 하며, 고객에게 자신의 이름을 알려 신뢰감을
주어야 한다.



중점 학습내용!

- 1 피해 과장 고객 심리 이해하기
- 2 피해 과장 고객에 대한 Do & Don'ts 알아보기
- 3 피해 과장 고객에 대한 정리 및 응대에 대한 원칙

3

피해 과장 고객에 대한 정리 및 응대에 대한 원칙

불만고객 종류에 따른 응대법

(1) Complain(컴플레인) :

의미 : 불만사항에 대한 항의나 불평을 의미한다.

요구 사항 : 적절한 선에서 시정과 사과를 요구한다.

해결 방안 : 응대(Accept) 및 수용이 중요하다.

(2) Claim(클레임) :

의미 : 물질적 감정적 보상을 목적으로 문제를 제기한다.

요구 사항 : 물질적 보상의 범위가 상식 수준은 넘어 선다.

해결 방안 : 조직차원에서 대응이(Action)필요하다.

**중점 학습내용!**

- 1 '분노'란 감정은 무엇일까?
- 2 분노하고 욕을 하는 고객의 특징은?
- 3 욕하는 고객 다스리는 응대 요령은?

1

'분노'란 감정은 무엇일까?**1. 분노란 감정은 무엇일까?**

분노란 타인에 의해 고의적으로 손실이나 손상을 입었다고 여겨질 때 발생한다. 험한 말과 행동을 하기도 하고, 폭력이나 살인 같은 더 극단적인 사건을 저지르기도 한다. 이러한 분노는 질투나 두려움, 원한 등 여러가지 원인에서 시작되지만 대개는 부정적인 결과를 낳고 끝나버린다.

2. 분노라는 감정은 왜 생겨날까?

두뇌에는 편도체라고 하는 원시적 두뇌가 있는데 이 편도체는 분노, 증오, 슬픔, 절망, 공포 등 부정적 감정을 일으키는 두뇌이다.

즉, 회사가 고객과의 약속을 지키지 않아 발생한 문제로 손해나 피해의 위협을 느낄 때 그것을 감지하고 행동에 나설 수 있도록 하는 뇌 속 위험경보장치가 바로 편도체인 것이다.

사람은 위험이 닥치거나 불안한 느낌이 들면 이를 불쾌로 분류하여 대적하게 되는데, 조롱이나 무시, 통제불가 와 같은 행위도 불쾌로 분류한다.

이는 위험경고등을 발산하여 분노, 공포 등의 부정적 감정을 일으키고 불쾌로 분류된 사람들은 적으로 인식한다.

3. 그럼 편도체가 마비되면 어떤 현상이 생길까?

사람이 순간 화가 나거나 공포를 느끼거나 깜짝 놀라면 편도체 납치가 일어나 이성의 뇌 능력이 마비되어 분노가 조절되지 않기 때문에 고객이 위압적인 태도를 취하게 된다.



중점 학습내용!

- 1 '분노'란 감정은 무엇일까?
- 2 분노하고 욕을 하는 고객의 특징은?
- 3 욕하는 고객 다스리는 응대 요령은?

2

분노하고 욕을 하는 고객의 특징은?

1. 정서적인 문제로 인하여 화를 잘 낸다.
2. 내가 당연히 받아야 할 서비스를 요구하기 위해 체면이나 예의 따위는 상관없다고 생각한다.
3. 거절에 대한 두려움이 강하다.

* 내용이나 프로세스를 잘 아는 고객은 잘 흥분하지 않는다. 왜냐하면 흥분하기 않아도 말로 지식으로 뭐든 이길 수 있기 때문이다.

하지만 분노하고 욕을 하는 고객들은 잘 모르기 때문에, 혹시나 하는 두려움을 감추기 위해 소리도 지르고 욕도 하면서 자신의 약점을 감추는 것이다.

이제 폭언형 고객을 만난다면, 아 저 고객은 우리가 자신을 무시할까 봐 두려워하는 구나.. 라고 이해하고 숨겨진 마음이나 욕구를 읽어내기 위한 노력을 기울여야 한다.

**중점 학습내용!**

- 1 '분노'란 감정은 무엇일까?
- 2 분노하고 욕을 하는 고객의 특징은?
- 3 욕하는 고객 다스리는 응대 요령은?

3

욕하는 고객 다스리는 응대 요령은?

1. 행동심리 이론으로 보는 고객 만족 정서 유발 핵심은 자극 - 감정 - 행동의 단계로 나타난다.
2. 폭언형 고객의 불만을 해결하기 위한 응대 요령
 - (1) 침착하게 마음을 다스리자.
화가 난 고객에게는 객관적 거리를 두는 것이 좋다.
 - (2) 현명한 커뮤니케이션 3단계.
1단계 : 객관적 거리를 유지하며 감정적 공감과 함께 해결이 지연되고 있음을 알린다.
2단계 : 서비스를 제공하는 직원의 입장이 아닌 고객의 입장에서 문제 해결을 하고자 한다는
방식으로 커뮤니케이션을 이끌어 가야 한다.
3단계 : 해결안에 대해 충분히 고민했음을 어필하고 정확하고 배려 넘치는 표현으로 고객이
특별한 존중감을 느낄 수 있도록 하는 것이 필요하다.

**중점 학습내용!**

- 1 개인정보유출 전쟁의 시대, 고객의 예민함을 어떻게 이해해야 할까?
- 2 정보에 예민한 고객에게 적절하지 않은 응대 VS 적절한 응대
- 3 고객 정보에 대한 직원의 적절한 태도 및 응대 지침

1

개인정보유출 전쟁의 시대, 고객의 예민함을 어떻게 이해해야 할까?**고객이 개인 정보와 관련하여 민감하고 예민하게 반응하는 유형**

- (1) 빠른 대응이 이루어지지 않고 조회를 반복하는 것에 대한 불만.
간단한 문의에도 복잡한 개인 정보 확인 절차를 요구하는 것에 고객은 짜증을 느낀다.
이런 고객에게는 고객의 정보가 중요하기에 사소한 것도 허투루 다루지 않는다는 인식을 주는 것이 중요하다.
- (2) 정보에 대해 예민하여 자신의 개인정보를 타인에게 알려주고 싶지 않은 불만.
이런 경우 고객에게 신뢰감을 주는 것이 중요하다.
- (3) 타인의 정보를 활용하여 상담하는 것을 들키지 않고 싶어하는 경우.
배우자나 가족의 정보를 알고자 하여 상담을 요청하는 경우에 해당한다.
이런 유형의 고객에게는 명확한 기준 설명으로 자신의 정보도 신중히 관리되고 있다는 인식을 심어 주어야 한다.



중점 학습내용!

- 1 개인정보유출 전쟁의 시대, 고객의 예민함을 어떻게 이해해야 할까?
- 2 정보에 예민한 고객에게 적절하기 않은 응대 VS 적절한 응대
- 3 고객 정보에 대한 직원의 적절한 태도 및 응대 지침

2

정보에 예민한 고객에게 적절하기 않은 응대 VS 적절한 응대

1. 잘못된 응대.

(1) 동일한 문장의 반복

고객은 직접적이면서도 반복적인 동일 문장에 거부감을 느끼게 된다.

(2) 고객에 대한 역의심

고객을 채근하거나 의심하는 듯한 말로 불만을 확산시키는 경우가 종종 발생한다.

이런 경우 고객은 자신이 공격의 대상이 되고 있다는 생각에 더욱 큰 불만을 갖게 된다.

(3) 고객과의 언쟁

고객의 신경질적인 반응에 감정적으로 직원이 응대를 하게 되면 결국 언쟁으로 발전하여 직원에게 불리한 상황으로 갈 수 있기에 주의가 필요하다.

(4) 회사의 원칙으로 설득하기

고객에게 지나치게 원칙으로 접근하면 고객은 오히려 불쾌함을 느끼게 된다.

또한, 원칙만 내세우는 경우 작은 실수를 꼬투리로 잡아 고객이 원칙적이지 않음을 파고 들 수 있으므로 원칙에 대한 안내를 조심스럽게 하도록 해야 한다.

(5) 고객을 비난하거나 부정적 뉘앙스로 고객 무시하기

고객은 그 어떤 상황에서도 자신을 비난하거나 부정적인 태도로 응대 받는 것을 원치 않는다는 사실을 꼭 기억해야 한다.

*응종의 원리 :

사람들은 남의 요청을 잘 따르고 싶어하는 기본적인 심성을 갖고 있다는 뜻으로, 설득자가 전문가라고 인정이 될 때 사람들은 그를 따르려 한다는 것이다.

따라서 고객을 응대할 때 응종의 원리를 활용한 화법을 사용하는 것이 적절하다.

**중점 학습내용!**

- 1 개인정보유출 전쟁의 시대, 고객의 예민함을 어떻게 이해해야 할까?
- 2 정보에 예민한 고객에게 적절하지 않은 응대 VS 적절한 응대
- 3 고객 정보에 대한 직원의 적절한 태도 및 응대 지침

2

정보에 예민한 고객에게 적절하지 않은 응대 VS 적절한 응대

2. 적절한 응대 방안**(1) 직원이 먼저 정보 양해를 구하라.**

고객이 이의를 제기하기 전에 직원이 정보 확인에 대한 안내를 충분히 하는 것이 좋다.
또한 이러한 사전 안내를 통해 고객의 암묵적 동의를 얻게 되기 때문에 불만을 차단하는데 도움이 될 수 있다.

(2) 본인 확인 절차나 질문의 양을 미리 공지하라.

고객이 답해야 할 질문의 가짓수를 미리 제공함은 고객의 불만을 낮추는 데 도움이 된다.

(3) 고객에게 사유를 정중하고 충분히 설명하라.

고객에게 정중하고 충분히 사유를 설명해야 한다.
단, 주의점은 개인 정보 확인 절차의 까다로움을 공감하는 것은 적절하나 사과 표현을 사용하는 것은 고객에게 개인 정보 확인하는 것이 잘못되었다는 인식을 주기에 이런 표현은 삼가해야 한다.



중점 학습내용!

- 1 개인정보유출 전쟁의 시대, 고객의 예민함을 어떻게 이해해야 할까?
- 2 정보에 예민한 고객에게 적절하기 않은 응대 VS 적절한 응대
- 3 고객 정보에 대한 직원의 적절한 태도 및 응대 지침

3

고객 정보에 대한 직원의 적절한 태도 및 응대 지침

1. 법률에서 정한 프라이버시 5대 권리

- (1) 우리는 원하지 않는 접근으로부터 자유로울 권리.
- (2) 자신이 원하지 않는 방식으로 개인정보가 이용되지 않을 권리.
- (3) 자신도 모르게 정보가 수집되지 않을 권리.
- (4) 개인정보가 정확하고 올바르게 표현될 권리.
- (5) 자신의 정보가치에 대해 보상받을 권리.

2. 넛지(Nudge)효과

원래 Nudge의 뜻은 '팔꿈치로 슬쩍 찌르다, 주의를 환기시키다' 라는 뜻의 단어로, '타인의 선택을 유도하는 부드러운 개입' 이란 의미이다.

강압과 강요를 동원하지 않고 자연스럽게 선택을 이끌어내는 게 훨씬 효과적인 방안이 된다는 이론이다.

이 이론에서 개인정보를 받아내야 하는 직원과 제공하고 싶지 않은 고객 사이에서 직원의 적절한 태도 및 응대 지침을 찾을 수 있다.

정중하고 부드러운 양해와 충분한 공감, 그리고 자세한 설명만이 고객의 마음을 열 수 있다는 것을 기억해 두어야 한다.