

"Трудные" клиенты. Выход из стресса

Современная жизнь полна стрессов, что, безусловно, отражается на человеческих характерах. Поэтому специалистам салонов красоты часто приходится работать с нервными, вспыльчивыми клиентами. Чтобы знать, как им помочь, воспользуйтесь нашими советами.

В салоны красоты клиенты приходят не только для того, чтобы решить какие-то косметологические проблемы. Большинство людей, переступая порог подобного учреждения, хотят успокоиться, расслабиться, получить заряд бодрости и положительных эмоций. Их желание понятно, однако, сотрудникам салона приходится прилагать большие моральные усилия не только для того, чтобы успокоить клиентов, но и чтобы самим не «заразиться» их раздражительностью. Без сомнения, каждому мастеру не раз приходилось в работе сталкиваться с ситуацией, когда клиентка опаздывает на процедуру. К примеру, она приходит на 20 минут позже условленного времени. Пациентка в состоянии стресса, она взволнованно рассказывает мастеру о дорожной пробке... Мастер слушает ее сочувственно, однако, постепенно сам начинает нервничать и раздражаться. Ведь такое промедление не было запланировано, а значит, следующей клиентке наверняка придется ждать. Мастер поспешно пытается наверстать упущенные 20 минут. Однако клиентка, продолжая находиться в состоянии стресса, порой не проявляет доброжелательность и не помогает мастеру войти в рамки установленного графика. Поэтому следующую пациентку придется просить подождать. Мастер приносит извинения и предлагает ей почитать журналы, выпить чай или кофе, словом, пытается ее чем-то занять, дабы не вызвать еще одной стрессовой ситуации. В данном случае он действует правильно и корректно. Однако клиентка все-таки начинает раздраженно поглядывать на часы... Знакомая картина, не правда ли? Неудивительно, что вечером, после работы, мастер чувствует себя, как выжатый лимон. И с досадой думает, что с каждым днем посетители салона становятся все более требовательными и нервными. Впрочем, так оно и есть на самом деле! Напряженный темп современной жизни, постоянные стрессы способствуют тому, что клиенты часто приходят в салон «на взводе» и чутко реагируют на каждую мелочь. Как же успокоить «трудного» посетителя?

Борьба со стрессом.

Сам по себе стресс – не болезнь, а просто естественная физиологическая реакция, универсальный ответ организма на неблагоприятные воздействия окружающей среды. Примечательно, что у женщин и у мужчин причины стрессов различны. У женщин они чаще всего связаны с личной жизнью, а у мужчин – с работой и с материальными ценностями. Однако физиологические механизмы стресса одинаковы у всех, независимо от пола и причины стресса. Можно сказать, что причины, из-за которых люди волнуются, разные, но волнуются они все при этом одинаково. Однако подход к каждому человеку, пути вывода его из стресса должны быть сугубо индивидуальными. Каковы же основные реакции организма на стресс? Это:

- Стремление переложить на других вину и ответственность за свои собственные ошибки.
- Попытка найти утешительное объяснение происшедшим огорчительным событиям (то есть, человек пытается убедить самого себя, что произошло именно то, что все равно должно было произойти).
- Попытка «играть роль», стремление представить себя более сильным, более привлекательным, более удачливым и т.д.
- Вымещение своего недовольства и раздражения на ком-то другом, более слабом или уязвимом. К сожалению, это наиболее распространенный психологический механизм защиты. В этом случае стресс может вылиться в словесную (хамство, оскорбления, разговор «на повышенных тонах») или даже в физическую агрессию.

- Категоричное отрицание всех истин, если они не совпадают с собственным мнением (человек в состоянии стресса порой пытается избавиться от негативных переживаний, делая все наоборот, вопреки очевидным фактам, наперекор чьим-либо требованиям).
- Фантазирование. Это наиболее безобидный, «детский» вариант защиты. Человек погружается в мир фантазий, где добивается справедливости и легко решает все проблемы.

Проявления раздражения.

Варианты проявления стресса во многом зависят от характера человека. Например, иногда раздражение клиента находит выход в его невыполнимых требованиях. Цель мастера в этом случае – отказать, сохранив при этом с клиентом нормальные отношения. Задача, конечно, непростая. Для того чтобы ее выполнить, очень важна правильная психологическая позиция. С одной стороны, мастер должен показать, что он сочувствует клиенту и понимает, как тому неприятен отказ. С другой стороны, необходимо дать понять, что отказ окончателен и обсуждению не подлежит. Если не будет сочувствия, клиент обидится и посчитает, что ему просто не хотят помочь. Если же при отказе в голосе мастера прозвучат нотки неуверенности и сомнения, посетитель пустит в ход весь арсенал просьб, жалоб и угроз, пытаясь добиться своего. Как же в этом случае сформулировать фразу для отказа? Она не должна быть слишком длинной. Не стоит также приводить много аргументов, это воспринимается как оправдание и может привести к спору с клиентом. Стоит остановиться на одном или двух весомых аргументах. Например: «К сожалению, по инструкции я не имею права...» или же «Мне очень жаль, но согласно правилам нашего салона...». Если клиент продолжает настаивать на своем, можно применить способ «заезженной пластинки». Терпеливо (главное в этом случае – не терять самообладания!) повторять главный аргумент, немного варьируя построение фраз. Например: «Я понимаю вашу ситуацию, но...». При этом необходимо следить за тем, чтобы в голосе сохранялись нотки сочувствия. Среди «трудных» клиентов можно еще выделить так называемых «критиков». Люди этого типа постоянно критикуют и поучают. Это происходит из-за того, что они очень нуждаются в признании своего мнения и осознании своей значимости. Чтобы вывести критика из стрессового поведения, необходимо уверить его в том, что вы высоко цените эти замечания и считаетесь с его мнением. Это обезоружит критика. Более подробная классификация различных типов клиентов и антистрессовая программа для них приведены в таблице.

Осторожно: скандалист!

Самый сложный клиент – это тот, который сознательно пытается раздуть конфликт. Вероятно, у каждого салона есть клиент, при появлении которого мастера вздрагивают. Психологическая сложность в общении с таким посетителем заключается в том, что при виде его сотрудники салона заранее настраиваются на будущий конфликт. С первой минуты общения со скандальным клиентом мастер напряжен, и в его голосе нет доброжелательности. Кстати, цель скандалиста – отнюдь не желание довести окружающих до белого каления. Наоборот, он воспринимает других людей лишь как средство добиться своей цели. А цели у скандалистов могут быть разными. Назовем основные:

- выплеснуть накопившееся раздражение на человека, который не может ответить тем же (ведь в обязанности любого сотрудника салона красоты входит вежливое, доброжелательное отношение к клиентам);
- получить материал для обсуждения с приятельницами: «Как все плохо! Вот со мной недавно был такой кошмарный случай...»; побороться «за правду». Как правило, это своеобразный способ утверждения для людей, которые чувствуют себя не состоявшимися.

Следует помнить, что цель скандалиста – втянуть собеседника в конфликт. И если вы «завелись», – значит, скандалист добился того, чего хотел. И при любой возможности снова воспользуется подобной ситуацией, уже осознанно выбрав в жертву именно того человека, который поддался на его «провокацию». Однако полное отсутствие реакции на действия скандалиста может вызвать еще более бурную реакцию с его стороны. Выходом может стать частичное согласие с ходом мысли клиента (но не с его аргументами!). Для этого в беседе с «провокатором» мастеру стоит почаще повторять фразы типа: «Я вас понимаю...», «Я вам сочувствую...» и т.д. Не встретив привычный для скандалиста отпор, он, скорее всего, потеряет почву под ногами, и дальнейшая беседа может перейти уже в другое, более спокойное русло. В целом, при общении с «провокатором» мастеру можно посоветовать только одно: относитесь к скандалистам, как к природному явлению. Например, как к ливню. Нет смысла расстраиваться и злиться. Ведь дождь от этого не прекратится. Просто мысленно «откройте зонтик».

Психологические потребности клиентов.

Наблюдать, спрашивать, выслушивать и реагировать – ключевые слова, которые характеризуют главные факторы вывода клиента из стрессового состояния. Главное – определить потребности посетителя. Мастеру необходимо внимательно и терпеливо слушать, и тогда клиент сам расскажет о своих проблемах. Часто бывает вполне достаточно нескольких слов похвалы или сочувствия, чтобы разрядить обстановку. Однако, выполняя роль «скорой психологической помощи», мастеру не стоит забывать и о себе. Ведь общение с трудными клиентами отбирает очень много энергии и моральных сил. Поэтому, прежде всего, нужно заботиться о себе! Ведь только в том случае, когда мастер сам хорошо себя чувствует, он сможет помочь своим клиентам.

Главные жизненные стрессы.

В жизни и так слишком много негативных эмоций, поэтому не стоит самим увеличивать их количество. Основные проблемы, которые ввергают нас в стресс, это:

- кризисы в личной жизни;
- семейные проблемы;
- денежные кризисы;
- болезни, проблемы со здоровьем.