*Pranešimas žiniasklaidai*

*2021-08-05*

**Klientų aptarnavimas: darbas be ateities ar geriausia vieta pradėti karjerą?**

**Darbas klientų aptarnavimo srityje jau daugybę metų yra apsuptas tirštos mitų miglos. Tai – įsitikinimų kalnas, šį sektorių lyginantį su tuščia, karjeros galimybių neturinčia dykuma, kurioje dirbti – be galo nuobodu. Kokie yra gajausi su klientų aptarnavimo sritimi susiję stereotipai, kodėl jie įsišakniję mūsų sąmonėje ir dėl kokių priežasčių jie yra klaidingi?**

Pasak Kibernetinio saugumo produktų aptarnavimo centro „CyberCare“ procesų vadovo Dariaus Dagio, galybę mitų, apipynusių klientų aptarnavimą, galima laikyti mūsų laikmečio ir švietimo atspindžiu.

„Dažnai prestižinės specialybės pasirinkimas yra susijęs su jos statusu, o ne realiu žinojimu, ką ji gali duoti asmenybei. Tokius žmonių sprendimus vis dar lemia visuomenė ir išorinis spaudimas. Pavyzdžiui, kai atvykus į giminės susibūrimą, jauno žmogaus klausiama, kur jis dirba ir kiek uždirba, o ne ar yra laimingas.

Norint atsikratyti šių stereotipų, privalu pasakoti žmonėms, kokią pridėtinę vertę iš tikrųjų kuria ir gauna atitinkamoje srityje dirbantys specialistai, ko jie išmoksta. Tai padėtų transformuoti visuomenės mąstymą, žmonės labiau vertintų kitų darbą. Klientų aptarnavimas – vienas iš tokių sektorių, kurį supa daugybė klaidingų įsitikinimų“, – sako D. Dagys.

**Specialistai nesulaukia pagarbos ir iš darbdavių**

Pasak jo, klientų aptarnavimą apgaubusios „legendos“ sklando ir dėl kitos priežasties – šioje srityje dirbančių specialistų kartais nevertina net juos samdantys darbdaviai, manantys, kad jie visą dieną atsakinėja į skambučius, o tai galėtų daryti bet kas.

„Daugybė tyrimų rodo, kad nuo klientų aptarnavimo priklauso labai daug – greitas problemos sprendimas, dėmesio ir supratingumo parodymas lemia kompanija pasitikintį ir lojalų klientą, o lėtas ar įžūlus aptarnavimas – prarastą. Pavyzdžiai gali būti labai įvairūs. Aš garantuoju, kad visi turime vietą ar tiesiog kokios nors paslaugos tiekėją, pas kurį negrįžtame dėl prasto klientų aptarnavimo, nors galbūt kažkas įvyko tik vieną kartą. Ir tai nėra vienetiniai atvejai, tai yra tendencija. Klientų aptarnavimo sektorius nusipelno daugiau pagarbos, nes jo kuriama vertė – milžiniška. To kartais nemato ne tik visuomenė – būna, jog šį darbą ir jį atliekančių žmonių neįvertina ir juos samdantys darbdaviai“, – teigia „CyberCare“ procesų vadovas.

**Pirmasis mitas: aptarnaudamas klientus nieko neišmoksi**

Anot D. Dagio, visuomenėje vis dar plačiai paplitęs suvokimas, kad klientų aptarnavimo specialistas darbo metu absoliučiai netobulėja ir stovi vietoje tiek iš profesinės, tiek iš asmeninės pusės.

„Žvelgiant į realią darbuotojų kasdienybę, klientų aptarnavimas suteikia labai daug gyvenimiškos patirties. Specialistai susiduria su įvairiausiomis situacijomis, žmonėmis iš viso pasaulio. Kiek skirtingi gali būti klientai, tiek skirtingai gali ir elgtis: keiktis, šaukti, rašyti piktus, kūrybingiausių įžeidimų pilnus laiškus arba iš kitos pusės – kartu džiaugtis greitai išspręsta užklausa ir pasidalinti asmeninėmis detalėmis. Tai leidžia pamatyti realybę, išmokti apsišarvuoti kantrybe ir ramiai reaguoti į atitinkamas situacijas. Taip vystosi emocinis intelektas, taktiškumas. Šios savybės neabejotinai padeda ne tik darbe, bet ir asmeniniame gyvenime. Dėl to mėgstu sakyti, kad klientų aptarnavime turėtų padirbėti kiekvienas, nes čia išmokstama įgūdžių, kurių ugdymas mokyklose ar universitetuose yra minimalus arba iš viso neegzistuoja“, – sako pašnekovas.

Jo teigimu, situaciją bando keisti patys „CyberCare“: „Mes stengiamės bendradarbiauti su universitetais, mokyklomis, esame apsilankę vaikų stovyklose, kur pasakojome apie tai, kokių savybių darbdaviai ieško darbuotuojuose. Techninės žinios yra labai svarbu, bet ne mažiau svorio turi emocinis intelektas, požiūris į kolegas, patį darbą, noras, ambicija ir aibė kitų žmogiškųjų savybių. Tokiu būdu keičiame net tik jaunuolių požiūrį į klientų aptarnavimo sferą, bet ir prisidedame prie bendro jų supratimo apie darbą.“

**Antrasis mitas: karjeros laiptai neegzistuoja**

D. Dagys pratęsia, kad daugelis žmonių vis dar mano, kad darbas klientų aptarnavimo srityje – tik laikina stotelė, skirta studentams. „CyberCare“ procesų vadovo teigimu, iš tiesų yra priešingai, nes galimybių augti šiame sektoriuje – gerokai daugiau, nei atrodytų iš pirmo žvilgsnio.

„Darbas klientų aptarnavime gali pavirsti tiek į vertikalią, tiek į horizontalią karjeros kelionę. Pirmąjį atvejį iliustruoja mano asmeninis pavyzdys. Studijuodamas su dabartine profesija visiškai nesusijusią sritį, pradėjau vakarais dirbti klientų aptarnavimo specialistu. Daugybė metų noro ir lipimo mažais karjeros laipteliais lėmė, kad atsidūriau čia, kur kompaniją jau turime galimybę kurti patys, o aš esu atsakingas už nepriekaištingą visą klientų aptarnavimo aparato sukimąsi. Panašiu principu specialistai gali augti ir mūsų įmonės viduje – tapti kokybės analitiku, komandos vadovu, prisijungti prie IT ar operacijų komandos ir kt.“, – sako pašnekovas.

Jis pratęsia, kad antrasis būdas yra glaudžiai susijęs su darbo metu įgyjamomis žiniomis: „Dirbdamas klientų aptarnavime, komandos narys ne tik bendrauja su žmonėmis – norėdamas spręsti jų problemas, jis turi puikiai išmanyti atitinkamą produktą. Šios žinios praverčia visapusiškai, kadangi leidžia judėti iš klientų aptarnavimo departamento į kitas sritis, pavyzdžiui, IT, marketingo, komunikacijos ir kitas. Taip pat, gal net labiau nišines sritis, priklausomai nuo įmonės ar produkto, su kuriuo specialistas dirba. Tai – naudinga ir darbdaviui, nes jis jau pažįsta darbuotoją, jo stipriąsias savybes ir vertybes. Praktikoje šis atvejis gana dažnas, pavyzdžiui, vien per praėjusį ketvirtį tokiu būdu į kitus mūsų įmonės produktus perėjo net 22 darbuotojai.“

**Trečiasis mitas: darbas – nepakeliama rutina**

„CyberCare“ procesų vadovas pastebi, kad visuomenėje vis dar plačiai vyrauja įsitikinimas, jog klientų aptarnavime dirbantį žmogų tiesiog praryja monotonija. Anot jo, rutinos, kaip ir kiekviename darbe, o ypač praleidus jame ilgesnį laiką, pasitaiko, tačiau ji – ne tokia ir gąsdinanti.

„Dirbant su žmonėmis, dalis jų išties bus vienodi, teks nagrinėti panašias klientų problemas, situacijas. Tačiau kita dalis pašnekovų nebus tokie kaip kiti. Galbūt jie bus piktesni, bei pareikalaus didesnio darbuotojo ar net komandos įsitraukimo, kiti bene taps jūsų geriausiais draugais. Iš „CyberCare“ patirties turime nemažai istorijų, kai žmonės pradeda pasakoti ir kalbėtis apie muziką, filmus. Man yra tekę dalyvauti pokalbyje, kai klientas iš Jamaikos pasakojo kaip tapti „repo“ žvaigžde. Įdomūs įvykiai čia nutinka nuolat“, – teigia pašnekovas.

**Ketvirtasis mitas: klientų aptarnavime gali dirbti bet kas**

D. Dagys akcentuoja, kad nors tam tikrų įgūdžių, reikalingų dirbti klientų aptarnavime, gali įgyti bet kas, šioje srityje ilgesnį laiką pretenduoja išbūti tik tie žmonės, kurie pasižymi ryžtu mokytis, noru padėti ir pakantumu.

„Nesvarbu, ar žmogus yra intravertas ar ekstravertas, ar turi patirties, ar ne. Išmokti galima viską, jei tik norėsi tobulėti ir augti, o pakeliui ir mėgautis – tai pirmosios būtinos savybės. Komandą formuojame ne tik pagal CyberCare vertybes, bet ieškome ir stipraus atsakomybės jausmo – prieš klientą ir savo komandą, už produktą ir net už įmonės reputaciją bendrai. Apskritai, kad ir koks srities specialistas būsi, bet neturėsi žmogiškumo, mažai šansų, kad pasiseks bet kokioje srityje “, – teigia „CyberCare“ procesų vadovas Darius Dagys.

*Daugiau informacijos:*

Milda Simanauskaitė

Prekės ženklo komunikacijos vadovė

[milda.simanauskaite@tesonet.com](mailto:milda.simanauskaite@tesonet.com)

+37064178090