

매출 신장의 보증수표 고객 서비스

# 화가 난 고객을 우리 점포의 열렬한 팬으로!

제과업의 특성상 제품이나 서비스에 대한 고객들의 항의는 자주 발생한다.

고객이 자신의 불만을 해소하지 못했을 때 점포에 대한 입소문을 빠르게 퍼뜨린다는 점을 생각하면 효과적인 불만 고객 응대는 고객서비스에 있어서 매우 중요한 요소이다. 제과점에서 흔히 부딪치는 많은 불만 고객 중 가장 곤란한 경우가 화를 내며 강하게 항의하는 고객을 대하는 일이다.

이들을 침착하고 재치 있게 다루는 몇 가지 기술에 대해 알아본다.

글 · 이다영 (주)파리크라상 교육팀 CS 담당  
일러스트 · 홍승주



## 관심이 많아야 불만도 많은 법!

얼마 전 친한 친구가 케이크 배달에 대한 불만을 토로했다. 부모님과 함께 하는 중요한 가족 모임에 케이크를 주문했는데 30분이나 늦게 배달됐다. 친구는 이에 대해 항의했지만 제과점 직원은 사과하기는커녕 오히려 자신은 제 시간에 왔으며 친구에게 시계를 잘못 본 것이 아니냐며 되물었다고 한다. 게다가 문제 해결을 물질적인 보상으로만 대충 하려는 태도에서 친구의 기분을 더욱 상하게 했다.

이렇듯 고객들의 불만은 매장에서 미처 생각하지도 못한 부분에서 불거져 나와 크게 번지기 쉽다. 하지만 불만을 가진 고객들이 단 한번 발생한 문제 때문에 강하게 항의하는 경우는 드물다. 장기간 점포를 드나들면서 꾸준히 쌓였던 불만이 폭발해 화를 내는 경우가 대부분이다. 즉, 쌓인 불만이 많다는 사실은 그만큼 우리 점포를 많이 방문했다는 뜻이므로 단골 고객들이 주로 매장 직원에게 화를 낸다는 결론이 나온다.

현대백화점이 지난 1년간 자사 카드회원을 대상으로 조사한 바에 따르면 불만을 제기한 고객의 구매 금액은 436만 원으로 일반 고객의 평균 구매 금액인 255만 원보다 월등히 많았다. 또 점포 방문 횟수도 일반 고객이 11회에 그친 반면 불만 고객은 29회로 나타났다. 이와 같이 불만 고객은 제과점의 단골 고객일 가능성이 높으므로 효과적으로 대처해서 우리 매장의 충성 고객으로 만들어야 한다.

## 고객에게 먼저 정중히 사과하라

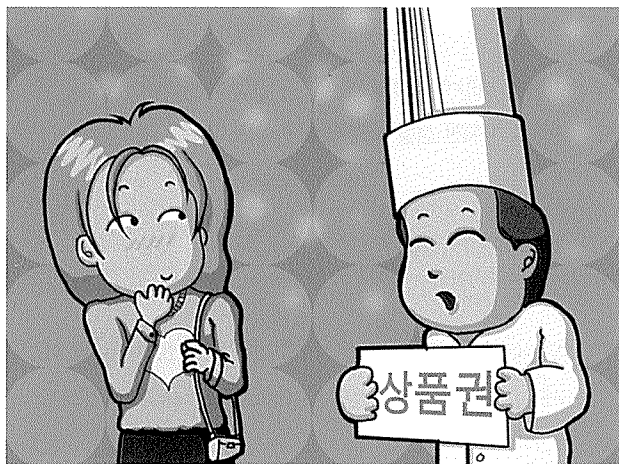
고객들의 불만은 매장 제품이나 서비스가 기대에 미치지 못했거나 약속 사항이 제대로 지켜지지 않았기 때문에 불거진다. 잘잘못을 가리기 전에 먼저 우리 매장측의 불찰로 인해 불쾌하고 불편하게 한 점에 대해 정중하게 사과하는 것이 가장 이루어져야 할 행동이다.

## ‘고객의 이야기에 귀 기울이고 있다’는 신호를 보내라

고객들의 불만을 성의 있게 경청하는 태도는 무척 중요하다. 그래야만 손님들은 자신들의 의견이 무시되는 듯한 좌절감과 짜증을 느끼지 않는다. 또한 이같은 불만을 초래하는 점포의 진짜 문제점을 발견하기 위해서도 ‘불만 경청’은 꼭 필요하다. 손님이 얘기하는 문제가 어떤 것인지 분명하지 않을 때도 많기 때문이다.

불만에 가득 찬 고객은 점포로 오는 동안 할 말을 미리 연습했을 것이다. 그 말을 할 권리를 빼앗지 말자. 고객이 말하는 도중 문제점이 무엇인지 이해해도 중간에 말을 중단해서





는 안 되며 설명이 모두 끝날 때까지 경청해야 한다. 고객은 가슴속에 품고 있던 말을 모두 내뱉어 버림으로써 속이 시원해질 것이며, 매장 직원 역시 미처 생각하지 못했던 해결책을 찾아낼 수도 있다.

‘고객의 이야기에 귀 기울이고 있다’라는 표현은 격양된 감정을 진정시키는데 큰 역할을 한다.

▶ 진지한 표정으로 고객의 눈을 바라본다 - 상대방의 눈을 똑바로 쳐다보지 않는 것은 상대를 존중하지 않고 무엇인가를 숨기고 있다는 인상을 줄 뿐이다.

▶ 고객이 말하는 것을 메모한다 - 구입 날짜, 품목, 당시 상황 등에 대한 사항을 기록하는 모습은 신뢰감을 줄 수 있다.

### 타이밍(Timing)이 중요하다

화가 난 고객을 상대할 때는 시간을 적절히 조절해야 한다. 한 고객이 아들의 생일 케이크에서 비닐이 나와 파티를 망쳤다며 화를 냈다. 이 때 직원이 간단하게 “죄송합니다. 사과 of 뜻으로 케이크와 삼페인을 구입할 수 있는 상품권을 무료로 드리지요”라고 말한다. 이렇듯 고객에게 생각할 여유를 주지 않고 짧은 멘트와 함께 상품을 주는 것은 화가 잔뜩 난 사람에게는 무용지물이다. ‘눈 가리고 아웅’ 식의 상품을 손에 쥐어 주면 고객은 그것을 거부하거나 받더라도 기분이 풀리지는 않고 그저 당연한 대가라고 여긴다.

따라서 화가 난 고객에게는 보다 요령 있게 응대하는 방법이 필요하다. 이런 식으로 대답하는 것은 어떨까.

“손님, 저희 때문에 불편을 드려 죄송합니다. 케이크를 제

조하는 과정에서 포장지가 첨가된 것 같습니다. 저희 점포를 자주 이용해 주시는데 너무 죄송합니다. 앞으로는 이런 일이 없도록 꼭 주의하겠습니다. (고객의 반응을 살핀 후) 손님, 저희가 사과의 뜻으로 케이크와 삼페인 상품권을 준비했습니다. 저희 때문에 좋은 시간을 불쾌하게 해 드려서 다시 한번 사과드립니다. 앞으로도 많은 관심 부탁드립니다.”

잠깐 동안의 시간적 여유가 그 상품권의 가치를 높일 수 있다. 물질적인 상품을 건네주고 공손한 태도를 취한다고 해서 최고의 서비스가 되는 것은 아니다. 고객의 감정을 조절하면서 적당한 시점을 찾아 아무진 대안을 제시하는 것이 불만 고객 응대의 가장 중요한 포인트이다.

### 화가 난 고객을 응대하는 3가지 방법

대안→설명→사과	비용만 높아질 뿐 대안이 주는 효과는 미흡하다.
설명→사과→대안	고객이 직원의 이야기를 제대로 듣지 않는다.
사과→설명→대안	고객의 감정을 조절한 후이기 때문에 대안의 효과가 가장 높다.

### 성난 고객 + 적절한 대응책 = 단골 고객 확보 및 매출 신장

계좌점은 반복 구매를 하는 고정 고객을 확보함으로써 성장하게 마련이다. 고객은 누구인가? 단골 고객은 바로 점포의 흥망성쇠의 열쇠를 쥐고 있는 우리 매장의 수호신이라는 점을 명심하도록 한다.

매장 직원의 입장에서 힘들게 일하면서도 제대로 인정받지 못하고 무시당하기 일쑤며 때로는 욕까지 하는 고객들을 친절하게 대하기가 어려울 때도 많다. 이러한 상황에 유연하게 대처하기 위해 끊임없는 자기훈련으로 ‘스트레스 내성’을 키우고 철저한 서비스 정신으로 무장하는 것, 이것이 바로 진정한 프로 서비스인의 모습일 것이다.

불만을 토로하는 고객에게 적극적으로 해결책을 제시해 만족을 안겨준다면, 처음부터 매장에 만족했던 경우보다 충성스런 고객이 된다. 매장 제품과 서비스에 대한 불만의 효과적인 처리는 고객 만족을 배가시킬 수 있는 전략적 기회임을 명심하도록 하자. ㉞