



**Czy jest w ogóle sens wchodzić w polemikę z kłopotliwymi klientami? Próbować im coś wytłumaczyć? Czy często spotykacie się w swojej praktyce z klientami agresywnymi, niegrzecznymi, opryskliwymi bądź złośliwymi? Kiedy przychodzi moment, że trzeba wyprosić kogoś za drzwi lub pozwolić komuś odejść? Nikt nie uczy nas tego na studiach weterynaryjnych. Nikt nie mówi nam, jak sobie w takich sytuacjach radzić. Czy można tych ludzi zmienić? Cóż, czasem tak, czasem nie. Może jednak warto spróbować wejść w interakcję, zamiast męczyć się i akceptować ich zachowanie?**

### **Kim jest trudny klient?**

Trudni klienci to tacy, którzy zawsze narzekają, mają roszczeniowe podejście, wygórowane wymagania, są niecierpliwi, ignorują zalecenia, przekazywane informacje lub podważają nasz autorytet. Niezależnie od tego, jak obraźliwe jest ich zachowanie, warto zastanowić się, czym może być ono spowodowane. Może znajdują się pod wpływem stresu, mają problemy osobiste, trudną sytuację życiową? A może paraliżuje ich strach o życie pupila i dlatego zachowują się irracjonalnie? Jediną drogą, aby się tego dowiedzieć, jest po prostu zadać

otwarte pytanie. Najlepiej zrobić to, wykazując się jednocześnie zrozumieniem czy współczuciem, np. „Wiem, że to bardzo trudna sytuacja. Proszę mi powiedzieć, jak się pani czuje?” albo „Rozumiem pana frustrację. W jaki sposób mogę pomóc?”.

## Pięć typów

Jeżeli spróbujemy sklasyfikować trudnych klientów, to może okazać się, że najtrudniejszymi są:

- klient wymagający,
- tyran,
- skąpiec,
- wiem-wszystko,
- pesymista

Każdy z nich wymaga odmiennego traktowania, jednak nie pozostajemy bezbronni wobec ich zachowań. Poniżej zamieszczamy kilka wskazówek, jak radzić sobie w konkretnych sytuacjach.

## Sprostac wymaganiom

Dla wymagającego klienta zdrowie zwierzęcia jest najważniejsze. Zadaje milion pytań, chce zlecić wszystkie badania, wykorzystuje dwa razy więcej czasu, niż dla niego mamy, regularnie dzwoni z raportami, jak jego pupil się czuje. Tak długo, jak spełniamy jego oczekiwania, wychwala nas i opowiada wszystkim, jak wspaniali jesteśmy. Jeśli jednak zdarzy się nam nie znaleźć dla niego czasu... Jak sobie z nim poradzić?

Nie można mu pozwolić na całkowite przejęcie kontroli. Kiedy spotkasz takiego klienta poza praktyką, nie bądź niemiły, chcąc go zbyć i wiedząc, że zaraz zacznie swoją opowieść. Powiedz, że chętnie posłuchasz o Ptysiu, jednak prosisz o telefon w godzinach pracy. Pamiętaj, aby dobrać odpowiedni czas do długości wizyty i odpowiednio za to policzyć. Powiedz, że zazwyczaj wasze konsultacje trwają 20 minut, jednak możesz zaoferować rozszerzoną usługę, aby upewnić się, że odpowiesz na wszystkie pytania. Jeśli klient się na to zgodzi, nie zapomnij jeszcze raz przypomnieć, że taka wizyta wiąże się z dodatkowymi kosztami. Uzbrój się w cierpliwość. Poproś o przygotowanie listy pytań w domu. To może pomóc w zmniejszeniu liczby telefonów i twojego czasu na linii.

## Nie jesteśmy instytucją charytatywną

Skąpiec oczekuje leczenia zwierzęcia za darmo. Czeka do końca wizyty, badań krwi, konsultacji i zabiegu, aby oznajmić, że nie ma pieniędzy, aby za to wszystko zapłacić. Obiecuje, że zapłaci w przyszłości i albo nigdy tego nie robi, nie pojawia się, albo w bólach płaci w ratach, opowiadając, jak trudną ma sytuację. Jakiś czas później wraca do lecznicy na dalsze leczenie lub kiedy już skorzystał z tańszych gabinetów w okolicy. Kiedy odmówimy mu leczenia za darmo, oczernia lecznicę w internecie bądź oskarża nas o narażenie zwierzęcia na śmierć, a wręcz o chęć zabicia jego pupila i zupełny brak serca.

Taki klient zeruje na naszym poczuciu misji i przysiędze lekarskiej. Wysysa całą energię i dobrą wolę. Dla niego pieniądze i tak nie mają znaczenia, gdyż od początku nie ma zamiaru zapłacić. Jest kilka sposobów, jak temu zaradzić. Jednak musimy być konsekwentni i zdecydowanie obstawać przy swoim.

Nie zmieniaj cen swoich usług, nie dawaj zniżek – skąpiec i tak tego nie doceni, gdyż uważa, że wszystko mu się należy za darmo. Schodząc z ceny, godzisz w profesję weterynaryjną. Czy naprawdę twoja ciężka praca, kilka lat wymagających studiów, gigantyczne koszty inwestycji w gabinet są warte tak mało i się zwrócą? Czy jest ci potrzebny taki klient? Skąpiec zawsze oznacza problem, więc nie bierz jego zarzutów personalnie. Prawdopodobnie kilku twoich kolegów po fachu w okolicy już go spotkało. Za zdrowie i dobrostan zwierzęcia odpowiada jego właściciel i to on o nim decyduje. Powtarzaj do znudzenia kwoty zabiegów i usług przed wizytą i żądaj pisemnej zgody na zapłatę. To twoje jedyne zabezpieczenie, o ile oczywiście chcesz takiego klienta obsługiwać. Możesz wtedy w przyszłości wystąpić na drogę sądową w celu windykacji długu. Ale tak na zdrowy rozum – po co ci to wszystko?

## Zderzenie z tyranem

Tyran to złośliwość w czystej postaci. Nie uśmiecha się, jest niegrzeczny dla obsługi i innych klientów. Często ma też w sobie coś ze skąpca lub ma absurdalnie wysokie wymagania. Jest mistrzem w doszukiwaniu się winy, od konieczności czekania na lekarza, po koszt saszetek karmy. Komentuje głośno i czasem wulgarnie, na temat wszystkich i wszystkiego, nie znosi innych opinii. Tak jak w przypadku skąpca – lepiej go unikać, niż próbować zmieniać. Jednak jeśli będziesz mieć z nim styczność, to jest kilka wskazówek, jak sobie z nim poradzić.

Po pierwsze, nie daj się wyprowadzić z równowagi. Po drugie, nie próbuj się przypodobać tyranowi ani spełniać jego abstrakcyjnych oczekiwań. Po trzecie, nie wdawaj się z nim w dyskusję, nie zmienisz jego punktu widzenia, więc szkoda czasu i energii. Po czwarte, nie

bierz jego obraźliwych komentarzy osobiście – on wszystkich traktuje w ten sposób. Wreszcie, bądź cały czas chłodny i profesjonalny – tyran wyczuje każdą ironię, zmianę tonu głosu. Dlatego mów spokojnie, z godnością i jak ekspert.

Wyraź jasno swoje oczekiwania, traktuj tyrana z szacunkiem i oczekuj tego samego. Nie daj sobą pomiatać i nie pozwól, aby przejął kontrolę. Wyraź jasno, że jeśli nie przestanie się zachowywać w ten sposób, nie będziesz dłużej leczyć jego zwierzęcia. Jeśli nie zmieni nastawienia – zamilknij, przerwij wizytę i poproś go o opuszczenie gabinetu. To trudne, ale to jedyne rozwiązanie. Trzeba zadać sobie pytanie – czy ten klient naprawdę jest wart moich nerwów?

### **Mój hodowca mówi, że...**

Klient wszytkowiedzący przychodzi z gotową diagnozą. Znalazł pasujące rozpoznanie w internecie i oczekuje konkretnego leczenia. Ewentualnie rozmawiał z sąsiadem, którego szwagier miał psa o identycznych objawach, lub posłuchał swojego hodowcy, który przecież wie wszystko. Wie, że jego zwierzę potrzebuje tylko recepty lub konkretnego leku, więc przyszedł sam. Przy okazji często nie chce leku weterynaryjnego, bo przecież są tańsze, ludzkie odpowiedniki. To też znalazł w sieci. „Wiem-wszystko” jest niecierpliwy, odmawia przyprowadzenia zwierzęcia na wizytę i nie rozumie, że wydanie leku bez badania i postawienia diagnozy jest niemożliwe. Co więcej, jest też błędem w sztuce.

Taki klient w poczekalni udziela porad innym, odmawia badań dodatkowych, bo jest przekonany, że z jego zwierzęciem jest wszystko w porządku. Nie dopuszcza do siebie, że jego zwierzę dlatego ma biegunkę, bo może mieć robaki albo zatrucie. Przecież na forum z poradami dla psów przeczytał, że na odrobaczenie najlepszy jest czosnek i on już go podał.

Możecie nie wierzyć, ale ten właśnie klient może być prawdziwym darem dla lecznicy. Dlatego wykorzystaj swoją szansę, gdyż to on może być jej najlepszą, chodzącą reklamą. Tylko jak sobie z nim poradzić?

Przede wszystkim nie można pozwolić, aby dyktował standardy dla twojej lecznicy. Jeśli zgodzisz się na wydanie leków tylko po to, żeby nie zostać z niczym i nie stracić klienta, możesz spodziewać się takiego zachowania w przyszłości. Nie angażuj się w odpieranie jego argumentów i diagnoz – to przecież niegrzeczne podważać czyjś punkt widzenia. Nie zapomnij o ważnych zaleceniach medycznych, nawet jeśli odmówi posłuchania twojej rady.

Jednocześnie edukuj tego klienta. Wszytkowiedzący uwielbia wiedzieć najlepiej, więc czemu nie od razu z najlepszego źródła, czyli od ciebie? Pozwoli mu to na podejmowanie

lepszycy decyzji w przyszłości. Nie wierzy, że jego pies ma pchły? Pokaż mu je pod mikroskopem. Kiedy w końcu uwierzy i przejrzy na oczy oraz zgodzi się na rozpoczęcie leczenia, pochwal go za najlepszą decyzję dla zdrowia zwierzęcia. Notuj wszystkie zalecenia, a jeśli odmawia ich zastosowania – również to zanotuj! Jeśli taki klient pojawi się w twojej poczekalni, znajdź dla niego czas jak najszybciej, żeby zminimalizować jego kontakt z innymi klientami. Jeśli dobrze pokierujesz takim klientem, w końcu zacznie słuchać i będzie jeszcze bardziej zadowolony z tego, że tyle wie.

### **Po co leczyć, przecież i tak zdechnie**

Pesymista właśnie nabył nowego szczeniaka i wszystko idzie nie tak. Za dużo szczeka, wszystko gryzie, niszczy mieszkanie, wszędzie siusia. Już zdążył się poradzić behawiorysty i trenera, ale dopiero teraz przychodzi do ciebie, bo ich zalecenia nie skutkują. Pokaż, że możesz rozwiązać jego problemy. Jeśli się uda, zostanie twoim wiernym klientem.

Nie pozwól mu myśleć, że sprawy mają się beznadziejnie. To ty jesteś ekspertem i znasz się na rzeczy. Pesymista wyolbrzymia problem, nie chce podjąć walki, poddaje się i ma z góry negatywne podejście. Czasami ma też w sobie coś ze skąpca. Wtedy trudno z nim polemizować – jeśli ktoś odmawia leczenia, bo mu szkoda pieniędzy. Warto jednak podkreślić w takiej sytuacji, że poprawa stanu zdrowia jego zwierzęcia lub komfortu życia jest możliwa tylko przy jego współpracy. Nie oferuj alternatyw, to oznacza brak pewności siebie. Trzymaj się swojego zdania i skup się na zadaniu. „Mamy duże doświadczenie w leczeniu przewlekłej niewydolności nerek u kotów i wielu naszych pacjentów dzięki nam dostało szansę”.

Możesz wydać swoje zalecenia na papierze. Zadzwoń za kilka dni i sprawdź, czy twój klient nie zmienił zdania oraz jak się sprawy mają. Skoncentruj się na rozwiązywaniu problemów na bieżąco i daj znać, że może na tobie polegać. Zachowaj pozytywne nastawienie, wtedy pesymista poczuje się zachęcany i może uda się go namówić na plan leczenia. Podkreśl jego znaczenie oraz fakt, że tylko przestrzeganie twoich zaleceń daje szansę na powodzenie leczenia.







## Szukając porozumienia

Ludzie szukają kontaktu i chcą być wysłuchani. Często trafiają do naszych gabinetów z potrzeby wyżalenia się. Wielu z nas przytakuje i wysłuchuje, przez co wizyty przeciągają się do kilkudziesięciu minut. Klienci doceniają lekarzy, którzy okazują empatię i współczucie oraz wysłuchują ich historii. Jednak słuchanie jest procesem aktywnym, wymaga odpowiedniej mimiki, postawy ciała oraz kontaktu wzrokowego w celu okazania zainteresowania. Pomocne jest formułowanie komunikatów np. w taki sposób: „Wiemy, jak jest to dla pana trudne, ale robimy wszystko, co w naszej mocy, aby pomóc pana psu”. Także w trudnych chwilach, jak eutanazja, pomaga podzielenie się własnym doświadczeniem: „Również przechodziłam przez uspienie mojego psa, więc rozumiem pani/pana ból. Wiem, jakie to trudne”. Słowa otuchy działają na właścicieli kojąco i budują nasz wizerunek lekarza pełnego współczucia i dobrej woli. W sytuacjach kiedy popełnimy błąd, warto od razu przeprosić, co zazwyczaj natychmiast łagodzi zdenerwowanie klienta.



## Jak rozwiązywać problemy?

Jeśli klient jest niezadowolony z naszej usługi, ostatnie, co chce usłyszeć, to nasze tłumaczenia. Chce natychmiastowego rozwiązania problemu. Nawet jeśli nie jesteś pewien, że możesz coś dla niego zrobić, zacznij od frazy „Proszę dać mi chwilę, zobaczę, co mogę dla pana zrobić”. Ta dyplomatyczna odpowiedź daje nam szansę na zastanowienie, poproszenie o pomoc szefa lub współpracowników czy na telefon z prośbą o poradę do kolegi po fachu. Nie należy dać się wyprowadzić z równowagi, gdyż od razu nasze działania będą skazane na niepowodzenie. Również brak pewności zostanie od razu zauważony przez klienta i wykorzystany. Podziękuj za opinię oraz wyraż chęć pomocy. Nigdy nie obiecuj rzeczy, których nie możesz wykonać, np. szybkiego oddzwonienia, kiedy wiesz, że masz kolejkę w poczekalni. Klienci są bardzo wrażliwi na nasze obietnice i na pewno ci wypomną, że nie zadzwoniłeś.

## Nie daj się wyprowadzić z równowagi

Wszyscy miewają gorsze dni, dotyczy to naszych klientów, ale też nas samych. O naszym profesjonalizmie świadczy umiejętność chłodnego i analitycznego podejścia do sprawy właśnie w takich momentach. Musimy potrafić odłożyć na bok nasze problemy i skupić się na potrzebach pacjenta, a przede wszystkim na potrzebach jego właściciela. Bo choć leczymy zwierzę, to pracujemy z człowiekiem. Zatem klient z etykietką „trudny” może zmienić się na „świetny” poprzez nasze zachowanie i zaoferowane mu zrozumienie. Niemniej klienci, którzy notorycznie zachowują się w sposób nieodpowiedni lub obraźliwy, powinni zostać skonfrontowani, gdyż czasem nie zdają sobie sprawy z tego, że ich zachowanie jest przykre lub niestosowne. Zróbmy to, formułując zdania: „Proszę pani, naprawdę próbuję pomóc pani psu, jednak jest mi bardzo przykro z powodu wyzwisk, które właśnie usłyszałam” albo „Jest mi bardzo trudno cokolwiek zrobić, kiedy pan na mnie krzyczy. Czy może pan ściszyć ton głosu?”. Nigdy nie należy klienta o nic oskarżać ani odpowiadać w podobnym tonie, gdyż to tylko zaostrzy sytuację i sprawi, że będziemy na przegranej pozycji.

Klienci przejawiają złe zachowanie zazwyczaj w stosunku do młodszych lekarzy. Z tego względu warto podkreślić status każdego członka zespołu bądź – jeśli pracujemy sami – oczekiwać ogólnego szacunku do naszej profesji. Jeśli klientowi zależy na wizytach właśnie u ciebie i jasno postawisz granicę, w końcu zrozumie, że będzie musiał zmienić zachowanie, aby korzystać z twoich usług – „Bardzo zależy mi na panu jako kliencie, jednak pana zachowanie sprawia, że jest mi bardzo przykro i czuję się niekomfortowo. Jeśli chce pan, abyśmy nadal leczyli Rekxa, proszę o więcej szacunku dla mojej pracy. Czy jest pan w stanie dla zrobić?”.

## Klient nasz pan

Niestety, część właścicieli lecznic wyznaje zasadę „klient nasz pan” i w związku z tym akceptuje szereg złych zachowań klientów, uznając, że mają zawsze rację. Wprowadza to trudną atmosferę w zespole i sprawia, że klienci będą wykorzystywać tę sytuację tak długo, jak tylko będą mogli. W dobie internetu boimy się, że próba konfrontacji z takim klientem skończy się agresją w sieci i nieprawdziwą lub obraźliwą opinią na temat naszej praktyki. W wyjątkowo nieprzyjemnych sytuacjach należy pamiętać, że tego typu zachowania są karalne, więc jeśli wiemy, kto stoi za taką działalnością, możemy zgłosić sprawę do odpowiednich służb lub moderatorów portali, na których się ogłaszamy.

Jeśli pracujesz w miejscu, w którym klienci cię nie szanują, warto porozmawiać z szefem lub ze współpracownikami o skutkach tej sytuacji dla funkcjonowania praktyki. Morale personelu oraz jego dobre samopoczucie mogą być destrukcyjne dla pracy całego zespołu oraz zadowolenia klientów. Zapytaj szefa, czy chciałby usłyszeć twoją wersję historii oraz czy byłby skłonny pomóc ci w rozwiązaniu problemu. To wzmocni relację między wami i sprawi, że w przyszłości będziesz mógł na nim polegać. Kiedy nie jesteś w stanie rozwiązać konfliktu z klientem osobiście, poproś o pomoc i okaż szacunek wszystkim stronom. Nigdy nie daj po sobie poznać, że jesteś zdenerwowany. Kiedy emocje biorą górę, trudno o racjonalne myślenie. Klient to wykorzysta, a ucierpi na tym nasz autorytet.

Należy pamiętać, że nie każdy trudny klient może zmienić się we wspaniałego. Jeśli jego zachowanie będzie nieakceptowalne lub obraźliwe, należy grzecznie zaproponować, że może leczyć swoje zwierzę gdzie indziej. Szanujmy swoją profesję i szanujmy siebie. Nie pozwalajmy się obrażać, wyzywać i oskarżać. Należy dać takiemu klientowi do zrozumienia, że będziemy bardzo szczęśliwi, wysyłając go do innej lecznicy, gdzie jego zwierzę otrzyma opiekę, jakiej oczekuje.

## Piśmiennictwo:

1. <http://veterinaryteam.dvm360.com/5-most-difficult-veterinary-clients>.
  2. [www.veterinaryteambrief.com/article/addressing-angry-client-empathize-apologize](http://www.veterinaryteambrief.com/article/addressing-angry-client-empathize-apologize).
  3. [www.veterinaryteambrief.com/article/transforming-difficult-clients-excellent-clients](http://www.veterinaryteambrief.com/article/transforming-difficult-clients-excellent-clients).
-

**Autor:**

lek. wet. Natalia Strokowska

VETNOLIMITS, Katedra Higieny Żywności i Ochrony Zdrowia Publicznego, WMW, SGGW w Warszawie

**Zdjęcia:**

Z zasobów redakcji

**Promowane**



- [Zaplanuj swoją usługę weterynaryjną Cz. 4. Klient zadowolony](#)



- [Weterynaria outside of the box](#)



- [Zaplanuj swoją usługę weterynaryjną Cz. 3. Relacje z klientem](#)



- [Ochrona radiologiczna w gabinecie weterynaryjnym - kilka słów o projektach osłon](#)



- [Weterynarz online. Przyjmuj pacjentów przez internet z AnyMind.](#)