

10 TIPS - AKTIV KLAGOMÅLSHANTERING

Från missnöje till nöjda kunder för livet.



Kentth Åkerman



"Kunderna förväntar sig inte att du är perfekt. Men dem förväntar sig att du reder upp problem när det dyker upp."

Donald Porter



© Copyright författaren och RB Publishing/Relationsbyggarna AB, www.relationsbyggarna.se
Detta verk är skyddat av lagen om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk.
Tryckeri: Princo ALFREDSSONS, Bollebygd 2009. Original: NALF, www.nalf.se

Första upplagan. ISBN 978-91-86439-01-9

10 TIPS - AKTIV KLAGOMÅLSHANTERING FRÅN MISSNÖJE TILL NÖJDA KUNDER FÖR LIVET!

Att bemöta och hantera kunders missnöje är lika naturligt som att sända en faktura eller att ta betalt i utgångskassan. Det är omöjligt att göra alla kunder nöjda vid varje tillfälle. Människor är olika, så också förväntningarna på dig och dina produkter. Dessutom kan önskemålen och förväntningarna vara olika från gång till annan! Har du goda relationer med kunderna nämner hon eller han när det är något som inte stämmer. Synpunkter och åsikter som du bör ta emot med tacksamhet. Bakom varje kund som hör av sig finns oftast minst en till som inte vill eller vågar. I värsta fall "röstar" dessa med fötterna och lämnar din verksamhet. Gör rätt från början och involvera kunden så undviker du klagomål. Rätt attityd till klagande kunder är grunden för ett gott resultat.

Att låtsas att man inte vet, inte ser eller att inte bry sig om vilken produkt eller upplevelse kunden får är inte den bästa vägen. Att inte våga fråga om vad man tycker om ditt företag, dina produkter och ditt bemötande leder inte heller till förbättringar. Lyssnar du till kundens missnöje undviker du att göra fler kunder besvikna. Nonchalans leder ofta till klagomål och reklamationer, med ibland både tråkiga och kostsamma juridiska efterdyningar.

För många medarbetare hägrar också konflikter i klagomålets kölvatten. Jag påstår med bestämdhet att det inte ska behöva bli en konflikt, under förutsättning att attityd och agerande hänger samman. Att få rätt och att vinna konflikter leder sällan någon vart - ändå är detta ett högst naturligt beteende hos de flesta människor.

Jag har de senaste åren arbetat i många verksamheter med klagomåls-hantering, kommunikation med missnöjda kunder och hur vi kan komma tillrätta med detta genom att inta rätt hållning från början. Att se klagomålet som giltigt eller ogiltigt, samt att satsa på att lösa de meningsskiljaktigheter som kan finnas. Befogenhet, ansvar, enkla policys och rutiner för alla medarbetare som möter kund ger den snabbhet och professionalitet som eftersträvas. Detta lilla idéhäfte ger dig några tips för hur du bemöter klagomål och klagande kunder ännu bättre.

Håll till godo och lycka till!

Kenth Åkerman
kenth@relationsbyggarna.se

01.

Rätt från början!

Kunden har önskemål och förväntningar på dina produkter, ditt företag och den service som ges. Infrias inte dessa kan man välja att stanna kvar, säga det till företaget eller bara gå någon annanstans.

Du har fått ett missnöje eller klagomål, som om det inte åtgärdas direkt kommer kosta företaget alltmer i både pengar och tid ju längre tiden går.

Det handlar om tre nivåer i relationen, den rent *juridiska delen* i ingånget avtal, den *affärsmässiga överenskommelsen* och slutligen *kundrelationen*. Hur kundrelationen skapats, upprätthålls, värderas och inte minst hur kommunikationen till kunden sker. Dialog på den lägsta nivån – juridiken – vill de flesta företag inte ha. Detta är dessvärre det som kan ske då klagomålet inte uppmärksammas och blir en reklamation.

- » Uppmärksamma kundens förväntningar och lyssna till önskemål.
- » Leverera rätt kvalitet från början.
- » Lär dig grundläggande juridik; dina och kundens rättigheter (och skyldigheter).
- » Håll en dialog med kunden utifrån affärsmässighet och kundrelation.

Reflektera:

Rätt produkt från början är bästa sättet att hantera klagomål. *Tillgänglighet* är en av sju faktorer för en bra klagomålshantering. Finns policys för vilken "lägsta nivå" kunden kan förvänta sig i er service? Hur många klagomål finns idag? Förlorade kunder på grund av missnöje?



"Varje jobb är ett självporträtt av personen som gjort det. Signera ditt arbete med excellens"

Affisch på bilverkstad

02.

Missnöje är helt naturligt!

Att ibland ha missnöjda kunder är högst naturligt. Lika normalt som att varje köp slutar med en faktura eller kontantbetalning vid kassadisen. Olika kunder har olika förväntningar på dina produkter, kanske skiftar också dessa vid olika inköpstillfällen.

Då är det inte något märkligt att också missnöje uppstår. Att man ovillkorligt vill kunna lämna tillbaka varor man inte är nöjd med ser kunden som en grundläggande rättighet. När du sedan tar hand om missnöjet visar undersökningar att kunderna uppskattar en snabb och "smärtfri" hantering.

Önskemål -> Missnöje -> Klagomål -> Reklamation

En missnöjd kund som kommer tillbaka är ett gott tecken på en kund som bryr sig - både om att få en bra produkt, men också om att företaget ska leverera kvalitet. Det ska vara enkelt att framföra sin åsikt, missnöje eller klagomål.

- » **Bemöt den missnöjda kunden med enkla rutiner.**
- » **Uppmana kunderna att säga sin mening.**
- » **Arbeta med att öka antalet klagomål och du minskar antalet "sabotörer".**

Reflektera:

Enkelhet är ytterligare en av sju faktorer för en bra klagomålshandling. Hur duktig är du på att hantera klagomål? Hur hanteras klagomålen internt? Är verksamheten beredd på att göra ändringar efter att kunden/medarbetarna kommit med förbättringsförslag?



"Det handlar inte om att göra det mesta möjliga för kunden, det handlar om att göra det bästa möjliga för kunden."

03.

Det är inte som du tror!

Förstå orsaken till missnöjet. Det finns en mängd anledningar och bakomliggande orsaker till att kunden inte är nöjd med vad hon fått. Verkligheten är inte alltid så som man tror.

Verkligheten är inte alltid så som man tror. Kundens behov skiftar över tiden. Många är de "konflikter" som hade kunnat lösas om vi inte hade våra förutfattade meningar. Tänk på devisen: "Du talar inte till en annan människa, utan till dina förutfattade meningar om denne person" och du kommer kanske att agera annorlunda i nästa möte.

- » Hur ser du själv på klagande kunder?
- » Finns förutfattade meningar om kunden?
- » Bra kundupplevd kvalitet behöver inte betyda att den rent tekniska kvaliteten är dålig.
- » Kundens upplevelse är giltig och sann för kunden.

Reflektera:

Var tacksam för att kunden talar med dig och inte med alla andra - *istället*.

Snabbhet är nästa beståndsdel av sju faktorer för en bra klagomålshandling. Finns befogenhet hos de som möter kunden att ta hand om klagomålet? Vilket stöd finns i ledningen?



"Se upp till människor när du kan,
aldrig ned på någon ens ibland."

Conrad Hilton

04.

Ta det inte personligt!

Försök hålla kundrelationen på ett affärsmässigt plan utan att bli känslokall. Professionellt utan att bli privat. En balansakt på slak lina mellan två verkligheter; kundens och din egen.

Du vinner sällan något på att gå till personangrepp eller själv bli upprörd, även om det ibland är högst mänskligt. Du kanske vet att du har rätt, men du tjänar sällan något på att påvisa detta. Det är väsentligt att hålla en affärsmässig relation och kanske en personlig relation till kunden, utan att bli privat. Visst kan vi ha gjort fel, det kan t o m vara du själv som missat något. Säg då hellre att: "Vi har gjort fel." Kunden kan ibland hårt kritisera produkten, företaget och dig som servicegivare. Befogad kritik och missnöje är en möjlighet att bli bättre. Du tjänar inget på att avvisa kritiken, gå till angrepp och söka fel hos kunden.

- » Personliga relationer underlättar vid klagomålsärenden.
- » Beakta kundens känslöengagemang och försök behålla lugnet.
- » Du tjänar inget på att "ge igen".
- » Personliga påhopp ska aldrig tolereras.

Reflektera:

Det är sällan du som person som är föremål för missnöjet. Kunden är upprörd och besviken på produkten eller företaget som leverantör. Gör en egen checklista i fem punkter som du kan använda när ni möter den klagande kunden.



*"Om man inte driver sitt företag så att det
passar kunderna, så väljer kunderna
- förr eller senare - ett annat företag."*

Feargal Quinn

05.

Bit dig i tungan - lyssna!

Bit dig i tungan. Lyssna utan att avbryta - låt kunden tala till punkt. Uppmuntra kunden att ge sin bild av situationen. Inled inte med motargument och "pekpinnar".

Reaktionstrappans försvar, förnekelse och förklaringar leder dig inte vidare. Även om du redan har hört synpunkterna tidigare måste du ta dig tid med kunden framför dig. Inte sällan räcker det för många kunder att ha någon "som lyssnar och förstår". Och det är förståelse du vill uppnå för att kunden eller du sedan kan förändra i hur ni gör. En duktig servicegivare anpassar sin egen kommunikation till kunden.

- » Koncentrera dig på kundens budskap.
- » Bekräfta kunden med ditt kroppsspråk.
- » Olika kunder kommunicerar på olika sätt.

Reflektera:

Försök att lägga märke till det som kunden inte säger. Kunden kan ge tvetydiga signaler. Försök förtydliga.

Alla medarbetare måste känna till rutinerna. Det får inte heller uppstå negativa konsekvenser för kunder som klagar då missbrukar vi kundens förtroende. *Förtroende* är den fjärde faktorn för en bra klagomålshantering. Känner sig kunden välkommen att framföra sin synpunkt? Hur kan det bli ännu lättare att föra fram sitt missnöje?



"När kunden är som mest angelägen, måste du vara på topp - kompetent, trygg, lugn och i balans med dig själv."

Chip R Bell

06.

Rättvisa - men inte "rätt" eller "fel".

Kunden är inte alltid kung och kunden har inte alltid rätt det kan vi konstatera redan från början. Men du behöver inte "skriva kunden på näsan" att hon har fel. Inneboende har vi dock alla en "ädra" av att vilja ha rätt och vinna.

Något du måste ha överseende med när kunden står framför dig, du kommer inte någonstans med ett sådant resonemang. Kundens klagomål bör istället ses som giltigt eller ogiltigt. Och det kan till och med vara så att ingen av er har "rätt". Båda versionerna av sanningen är kanske "giltiga". Oavsett så gäller det ur ett kundperspektiv att kunden blir rättvist behandlad. Ärlighet och respekt är två nyckelord som kunden som individ prioriterar i kundmötet.

- » Rättvisa går före fackkunnande.
- » Bemötande går för teknisk kompetens och produkt.
- » Skapa förtroende genom att råda och avråda kunden.
- » Kan du inte svara upp till kundens krav – avråd till köp.

Reflektera:

Avråd hellre kunden från köp idag - det tjänar du på imorgon.

Kunderna måste uppmuntras att framföra sina synpunkter med en försäkran att de blir omhändertagna. Systemet bör också vara rättvist och sätta kunden i första rummet, inte "skydda" personalen eller leverantörer. Rättvisa är nästa grundläggande faktor. Finns en skriftlig policy eller rutin? Checklistor för klagomålshantering och eventuella kompensationer?



*"Om du inte tar hand om dina kunder
gör någon annan det ..."*

07.

Visa förståelse för kunden!

Sympatisera med kunden – visa uppskattning. Du ska vara glad att kunden kommer tillbaka med missnöjet istället för att tala med vänner och bekanta. Visa respekt och förståelse för kundens situation.

Vad är den egentliga orsaken till missnöjet? Är det kundens behov och förväntningar, personlig situation, produktfel, personlighet, eller vad? Kan du lära något inför framtida kontakter? Empati är ett lätt ord att säga, något svårare att alltid anamma och visa.

- » Du måste ge för att kunna få. Bjud på dig själv!
- » Ställ frågor för att lära och bli bättre.
- » Förståelse kommer genom dialog och vilja att förstå.
- » Lär känna dig själv, så förstår du också kunden bättre.

Reflektera:

Sympati kan lätt bli ironi om det görs med fel timing eller på fel sätt.

Det behöver finnas tydliga definitioner om vad klagomål är för att förhindra missförstånd. En bra klagomålsrutin måste vara *informativ*, vilket är ytterligare en väsentlig framgångsfaktor. Hur kan vi dra lärdom av klagomål? På vilket sätt påverkar klagomålsarbetet verksamhetens förbättringsarbete?



"Gjort är gjort - framtiden börjar här och nu.

Det är bara att gå vidare."

08.

Ta kunden på allvar!

Visa att du ser kunden. Uppmärksamma kunden i både ord och handling. Kunden som klagar tillhör den hälften som vill dig väl – nonchalera inte den möjligheten.

Det finns lika många (50%) som inte talar om sitt missnöje (25% på företagsmarknaden). Tacka kunden för att hon kommit tillbaka till dig. Ansvar och befogenhet måste också finnas hos dem som möter kunden annars är det svårt att kunna snabbt kunna lösa kundens problem. Enkelhet, snabbhet och lättillgänglighet är viktiga nyckelord.

- » Uppmärksamma kunden.
- » Se till att det är enkelt att framföra sin åsikt.
- » Personlig ursäkt direkt istället för ett långt brev senare.
- » Standardsvar kan förvärra, försök att vara personlig och specifik.

Reflektera:

Ta allvarligt på kundens klagomål, men bemöt kunden med glatt humör.

En ursäkt ger mer än bortförklaringar. Visa gärna kunden att du dokumenterar klagomålet för att undvika framtida fel. Därmed får du ytterligare en ingrediens för en effektiv klagomålsrutin. Diskuteras klagomål och hantering av dessa regelbundet? Är ledningen aktiv och synlig i arbetet?



"Ett äkta proffs är en person som kan göra sitt absolut bästa vid en tidpunkt när han egentligen inte riktigt känner för det."

Alistair Cooke

09.

Engagera kunden i lösningen!

När du tagit hand om kundens känslor är det dags att gå till handling. Lös problemet! Många kunder vill vara delaktiga i lösningen i det som dem uppfattar som problemet.

Lika många vill säkert bli föreslagna lösningar, med påföljande fråga: "Vad tror du om denna lösningen?" Standardlösningar och kompensationer fungerar bäst om de känns rätt för kunden och ses som personliga.

- » Skapa rutiner för hur klagomål åtgärdas.
- » Var vaksam så du inte går för snabbt till lösningen.
- » Vilka kompensationer kan du ge i olika situationer.
- » För loggbok över klagomål och hur man löst dem.

Reflektera:

Kunder är i allmänhet inte giriga. Ofta är deras förslag till lösning och kompensation högst rimliga och inte sällan billigare än vad du själv skulle föreslagit.

En snabb lösning med kunden involverad blir oftast mindre kostsam än en långdragen tvist. Hur mäter ni värdet av nöjda kunder och lönsamhet? Har du som medarbetare själv mandat att ändra processer och rutiner för att tillgodose kundernas krav?



"Det spelar ingen roll hur fort du springer om du springer åt fel håll."

10.

Undvik "vi och dom"!

Tala positivt om kunden och alla andra inblandade.

Att skylla på kollegan, huvudkontoret, marknadsavdelningen eller vem det nu är som "gjort fel" hjälper inte kunden. Att hänvisa till dåliga system, bristande rutiner eller till sin leverantör är inte rätt väg att gå. Fokusera istället på att lösa problemet. Och se sedan till att det inte uppkommer igen.

- » Skyll inte på andra eller något annat.
- » Du är ansvarig även om felet uppkommit någon annanstans.
- » Lös först – ta tag i eventuella interna rutiner och problem sedan.

Reflektera:

Kunden struntar i vem som gjort fel. Hon vill ha hjälp med en lösning. Föreslå en lösning där båda parter vinner. Vilken lösning på kundens problem kan du ge som a) gör kunden nöjd för tillfället och b) löser problemet på lång sikt? Vad behöver kunden lära sig/ändra på? Vad behöver verksamheten lära sig/ändra på?



"Om man inte driver sitt företag så att det passar kunderna, så väljer kunderna - förr eller senare - ett annat företag."

Feargal Quinn

11. Följ upp!

Uppföljning och återkoppling är en av de största bristvarorna i all affärsverksamhet. Blev det rätt denna gången? Blev kunden nöjd? Har vi ändrat rutinerna så det inte kan hända igen?

Klagomål och missnöje visar att det inte står rätt till. Det kan vara informationen till kunden som är bristfällig, såväl som dåliga produkter, fel packat i försändelsen, fel i faktura och leveransförsening. Allt måste ställas till rätta samtidigt som vi grundar för att det inte händer igen. Hur fördelar ditt företag resurserna i nedanstående matris?

	Kunden säger inget	Kunden är missnöjd och klagar
Inget fel på varan/tjänsten	FIRA!	Utbilda kunden!
Fel på varan/tjänsten	Stimulera till klagomål!	Förbättra produkt!

- » En positiv uppföljning öppnar för en fortsatt kundrelation.
- » Tacka för att hon uppmärksammat felet.
- » Glöm inte att meddela kunden då problemet är löst.
- » Önska kunden välkommen tillbaka!



"Ett väl bemött klagomål är början till en lång, lönsam och lojal kundrelation."



Egna tips och tankar

A series of horizontal dotted lines for writing, consisting of 15 lines spaced evenly down the page.

Nyckelordet är Förlåt!



10 tips... är en serie häften i fickformat som vill inspirera dig och få dig att reflektera. För att utveckla dig själv, din service, ditt ledarskap och den verksamhet du företräder.

Du hittar teman som bl a service, medveten kommunikation, aktiv klagomålshantering, coacha dig själv, mål och motivation, framgångsrikt ledarskap och tidsplanering.

Vill du har mer inspiration? Gå in på www.coachtipset.se

- för din professionella och personliga utveckling.

Kenth Åkerman jobbar som inspiratör och perspektivskapare. Certifierad NLP Trainer och mental coach. Ekonom med förlutet bl a inom bank och reklambyråverksamhet. Verksam som personlig coach till ledare och ledningsgrupper. Författare till böcker inom relationsmarknadsföring och kundservice. Utbildad av bland andra Anthony Robbins, Robert Dilts, Michael Neill och Jim Rohn. Han inspirerar och utbildar tusentals medarbetare och och ledare årligen sedan över 10 år inom ämnena service, relationer, kommunikation, ledarskap, motivation och mental coaching.

Proffsig. Bra engagemang. Många vinklingar på problem/lösningar. Öppnar dörrar för mer insikt. Enkelt att förstå.

rb 
relationsbyggarna
utveckling med det lilla extra

Pris: 28:- exkl. moms

www.relationsbyggarna.se

ISBN 978-91-86439-01-9