



Forum för talare

April 2004

Forum för talare.

Under denna rubrik gläntar några av Sveriges mest anlitade talare på dörren till sina ämnesområden. Att lyssna på dem är tankeväckande. Ibland provocerande. Alltid engagerande

Talarforum förmedlar talare inom en mängd ämnesområden till företag och organisationer.

Vi vill i den här formen regelbundet förse er med tankeväckande artiklar skrivna av några av dessa talare.

Kanske inspirerar det till att kontakta oss för att få veta mer? - Gör gärna det på www.talarforum.se.

Mer information om det här nyhetsbrevet finns på www.talarforum.se/nyhetsbrev. Där kan ni även säga till om ni inte vill ha fler nummer.

Kenth Åkerman

Klagomål är guld värt

Inget företag har enbart nöjda kunder. Människor är olika, så också förväntningarna på dig och dina produkter. Har du goda relationer med kunderna nämner hon eller han oftast när det är något som inte stämmer. Ta vara på dessa synpunkter, för om du inte gör det vinner din konkurrent den kunden. Det bör därför vara lika naturligt för ett företag att hantera kunders missnöje som att skicka en faktura eller ta betalt i utgångskassorna.



Kenth Åkerman

”Your most unhappy customers are your greatest source of learning
Bill Gates

Medvetna kunder

Dina kunder, oavsett vilken bransch du verkar inom, blir alltmer medvetna, både om sina juridiska rättigheter, såväl som om sina rättigheter som kund. ”Kunden är kung” och ”kunden har alltid rätt” sägs det ofta, vilket vi alla vet inte alltid är hela sanningen. Ändå är det vissa kunder som tar detta som sin devis - i alla lägen! Din uppgift är att se detta problem som en möjlighet.

”We are continually faced by great opportunities brilliantly disguised as insoluble problems
Lee Iacocca

Men det krävs att man kan inta ett kundperspektiv. Att man kan leva upp till och överträffa denne kunds förväntningar. Uppgiften blir att skapa förståelse och dialog med kunden, vända missnöjet samt komma fram till en lösning som båda parter känner är tillfredsställande. Dolt missnöje

Marknadsföringsexpert som vänder kundklagomål till något positivt. Inspiratör och talare med bred erfarenhetsbakgrund och med en stor passion för kunden.

För mer info om Kenth Åkerman - klicka här.

Kenth Åkerman

De flesta företag har ett stort dolt missnöje bland sina kunder som man sällan eller aldrig riktigt tar tag i. Man bryr sig inte om att leta upp problemen. Men strategiskt är det av största vikt att fånga upp missnöjet för att undvika att kunden bara lämnar ditt företag utan att ge företaget en andra chans. Går det vidare till reklamation och juridiska diskussioner, kommer du garanterat att tappa både pengar och förtroende hos kunden. Det handlar alltså till stor del om att göra rätt från början!

” If you have no problems at your job you don't have a job, you've got a hobby
Ronald Dunn

Agera snabbt

Om kunden är missnöjd måste du agera snabbt. Ju tidigare du löser kundens problem, desto större förtroendekapital har du kvar hos denne. Och ju lägre kostnader har ditt företag för hanteringen. I vissa fall kan det vara bättre att ”ge kunden mer” redan i ett tidigare stadium för att undvika att kunden kommer tillbaka för vidare åtgärder. Du sparar i dessa lägen resurser, både i form av tid och av pengar. Du kommer sannolikt också ha kvar ett relationskapital hos kunden, som annars kanske inte hade gått att rädda.

Du måste bry dig

Att inte bry sig, eller låtsas att man inte ser en missnöjd kund löser inga problem. Att inte våga fråga om vad man tycker om ditt företag, dina produkter och ditt bemötande leder inte heller till förbättringar.

” Most people spend more time and energy going around problems than in trying to solve them
Henry Ford

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.

Konflikten hägrar ...

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.

Försvara, förkasta, förklara och skylla från sig är hos många människor en vanlig reaktion, Tyvärr är den inte så fruktbar. Det hjälper ingen kund vidare i strävan efter rättvisa. Rättvisa är bland det viktigaste i klagomålssammanhang. Att få rätt eller fel är av mindre

Kenth Åkerman

betydelse i många fall. Istället handlar det om att klagomålet är giltigt eller ogiltigt.

Hantera frågan

Jag har de senaste åren arbetat allt mer med klagomålshantering, 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 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.

Agera sedan

Efter att du kommit på samma våglängd som kunden kan ni tillsammans ta itu med att lösa problemet. Bjud gärna in kunden till att finna och utveckla lösningar, ge förslag till vinna-vinna-lösning och glöm inte att hålla vad du lovat och följa upp till kunden.

” A positive attitude may not solve all your problems, but it will annoy enough people to make it worth the effort
Herm Albright

Klagomålshanteringen är inte klar förrän problemet åtgärdats, klagomålet följts upp och kunden kommer tillbaka. Och glöm inte att förmedla budskapet internt för förbättringar av rutiner, kvalitet, bemötande eller vad det nu var som orsakade kundens missnöje.

Finn lösningar

Finn lösningar på kundens problem. Försök eventuellt vinna lite tid genom att fråga kunden vad hon själv ser för lösning. Även om du kommer fram till en ”standardlösning”, låt kunden förstå att det är hennes problem som nu lösts på det föreslagna sättet. Om du inte kan ge svar direkt, ge besked om när svar kommer. Här kan du också eventuellt ta tillfället att informera kunden om din ”verklighet”. ”Visste du att...”

Utveckla lösningen

Utveckla lösningen på problemet med kunden. Förankra och skapa förtroende. ”Vad skulle du göra...” ”Vad anser du om...” ”Jag kan hjälpa dig bättre om...” Ställer du krav på kunden, tänk på hur du säger det: ”Vi skulle vilja att...” istället för ”du måste”

Lös med vinna-vinna

Föreslå en lösning där båda parter vinner. Eftersträva ömsesidiga fördelar. Tala positivt om kunden och andra inblandade. Hamna aldrig i en ”vi och dom” diskussion.

Kenth Åkerman

Kunden kan ha viss förståelse för att någon annan/något annat orsakat problemet, men struntar egentligen i det. I många fall föreslås kunden en lösning som för tillfället gör kunden nöjd, men som ändå i sinom tid kommer få kunden att välja annan leverantör.

Det lilla extra – uppföljningen

gå ett extra steg. Följ upp ärendet och se till så att alla löften hålls. Visa att du bryr dig!

” If the only tool you have is a hammer, you tend to see every problem as a nail
Abraham Maslow

Väl bemött klagomål ger en trognare kund

Det handlar om att upprätthålla relationen med kunden, för att få fortsatt förtroende. Det har visat sig gång efter annan att ett väl skött missnöje, klagomål eller t.o.m. reklamation betalar sig flera gånger om. Och kunden kommer i de flesta lägen vara dig och ditt företag än mer trogen. För det är säljaren, eller det företag du representerar som man är trogen till. Givetvis kan ditt företag, produkt eller varumärket stå för en mängd positiva värden, men det är den mänskliga relationen som sätts i främsta rummet. Kundrelationen är din.

” To improve is to change, to be perfect is to change often
Winston Churchill