

Reklamations- håndtering



- 15 år som CEO for & ejer af produktionsvirksomhed med 350 ansatte
- 11 år som medstifter og partner i lille teleselskab ★★★★★
- Produktionsingeniør og HD i Afsætning
- www.reklamationshaandtering.dk
- LinkedIn
- Tlf. 20 66 86 06

Søren Rasmussen

Med
udførlige
eksempler og
35 ægte case
stories

De satans kunder



Den komplette guide
i reklamationshåndtering

FRYDENLUND

Søren Rasmussen

De satans kunder



Hvad alle reklamationer har til fælles:

- Drives i høj grad af psykologiske faktorer
- Udspiller sig på et følelsesmæssigt plan og kan derfor håndteres ens på tværs af produkter, brancher, sektorer etc.
- "Kunder" kan være kunder, borgere, klienter, medlemmer, patienter, elever, studerende, tilskuere, menigheder osv.
- Kort sagt: **ALLE**, som får, køber, låner, lejer eller på anden vis modtager et produkt eller en ydelse.

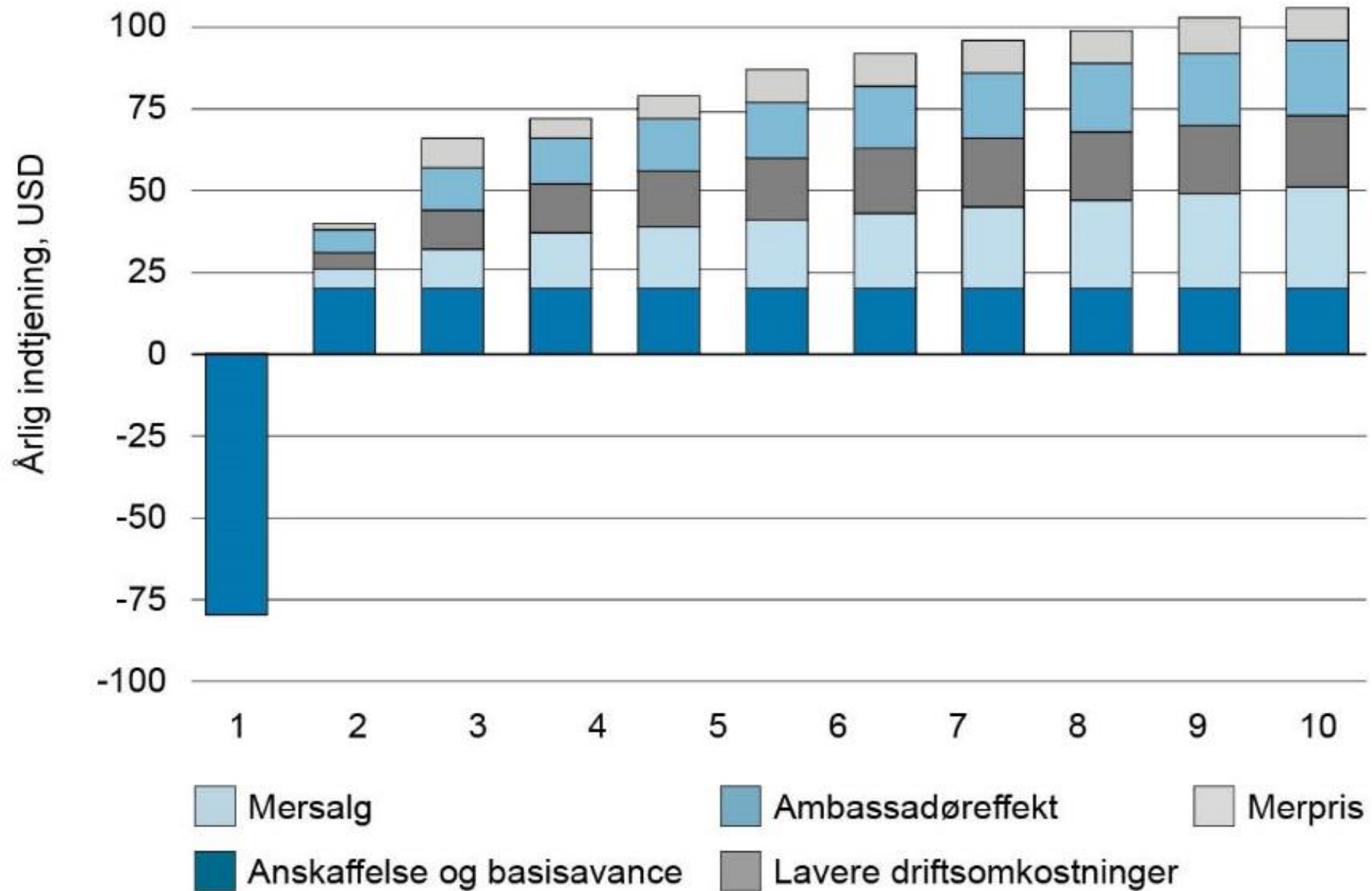
Men hvorfor dog bøvle med reklamationer?



Værdien af loyale kunder

- Køber mere og mere år for år
- Billigere at servicere
- Anbefaler virksomheden til andre
- Mindre prisfølsomme

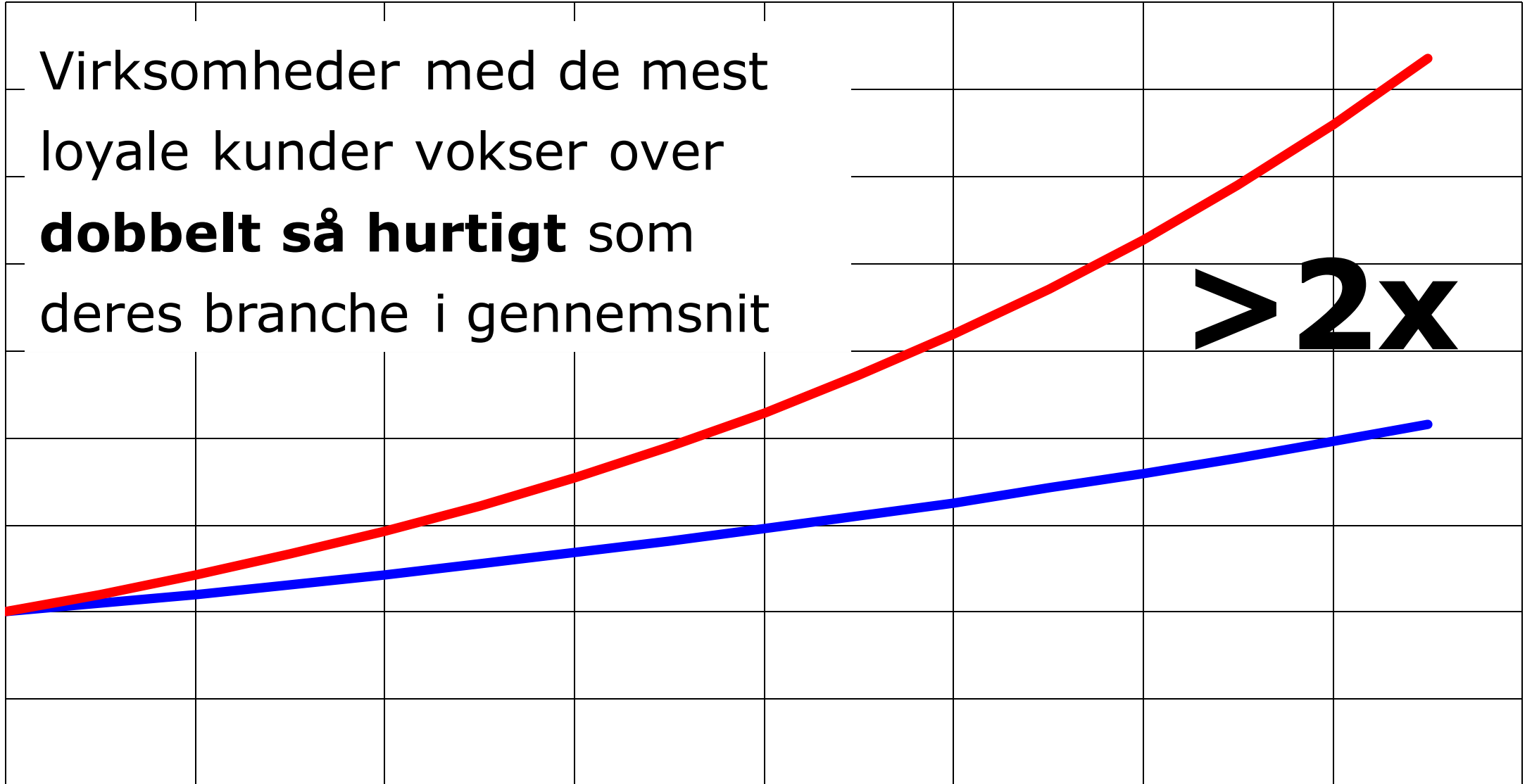
Værdien af loyale kunder – år for år



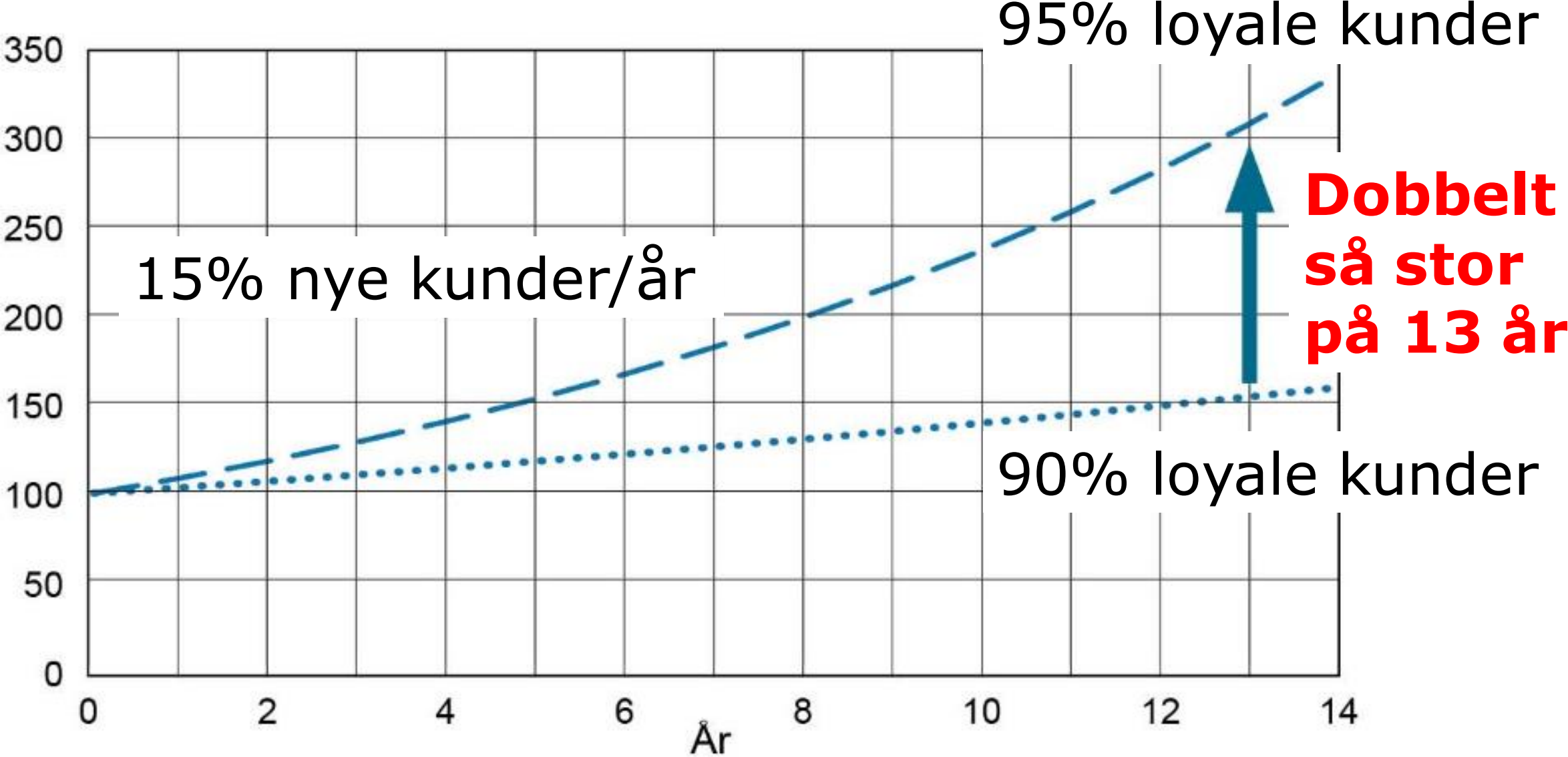
Værdien af loyale kunder

Virksomheder med de mest loyale kunder vokser over **dobbelt så hurtigt** som deres branche i gennemsnit

> 2x



Effekten af høj kundelojalitet



Reklamationer som loyalitetsskabere

- Høj kundeloyalitet udspringer af høj kundetilfredshed
- Høj kundetilfredshed opstår, når forventningerne **overstiges**
- Jo **højere** forventningerne er, desto **sværere** er de at overstige
- **Lave** forventninger er meget lettere at overstige
- Hvem har de laveste forventninger? **Kunder, der klager**

Derfor er klagende kunder de letteste at gøre loyale

Psykologien og gevinsten

Lave forventninger
+ Kampvilje
+ Ubehag
= Stress

Overstige
kundens
forventninger

Overstegne forventninger
+ Unødige bekymring
= Lettelse

Loyalitet
+ Anbefalinger
= Vækst

Glæde og
taknemlighed

Andre fordele ved reklamationer

- Giver virksomheden en chance for at gøre det godt igen, **inden** andre hører om problemet
- Giver viden om kundernes **behov**
- Giver viden om **markedet**
- Fortæller, **hvor** virksomheden skal være bedre
- Giver mere **arbejdsglæde** (når reklamationerne løses godt)

Paradokser og farligheder

- Fairness er afgørende
- Proportionerne er ophævede
- Fejl tilgives, men ikke fejltrin.
- For hver kunde, som klager, er der op til **25** utilfredse kunder, som **ikke** gør det.
- De forsvinder i stedet og giver virksomheden dårlig omtale

Dårlige anmeldelser

"Hold jer langt væk fra det firma"

"Føj en dårlig behandling!"

"Kunne jeg give 0 stjerner, gjorde jeg det..."

"Vi føler os SÅ snydt, bedraget og virkelig magtesløse i situationen!!"

"De snyder folk og kommer med latterlige undskyldninger"

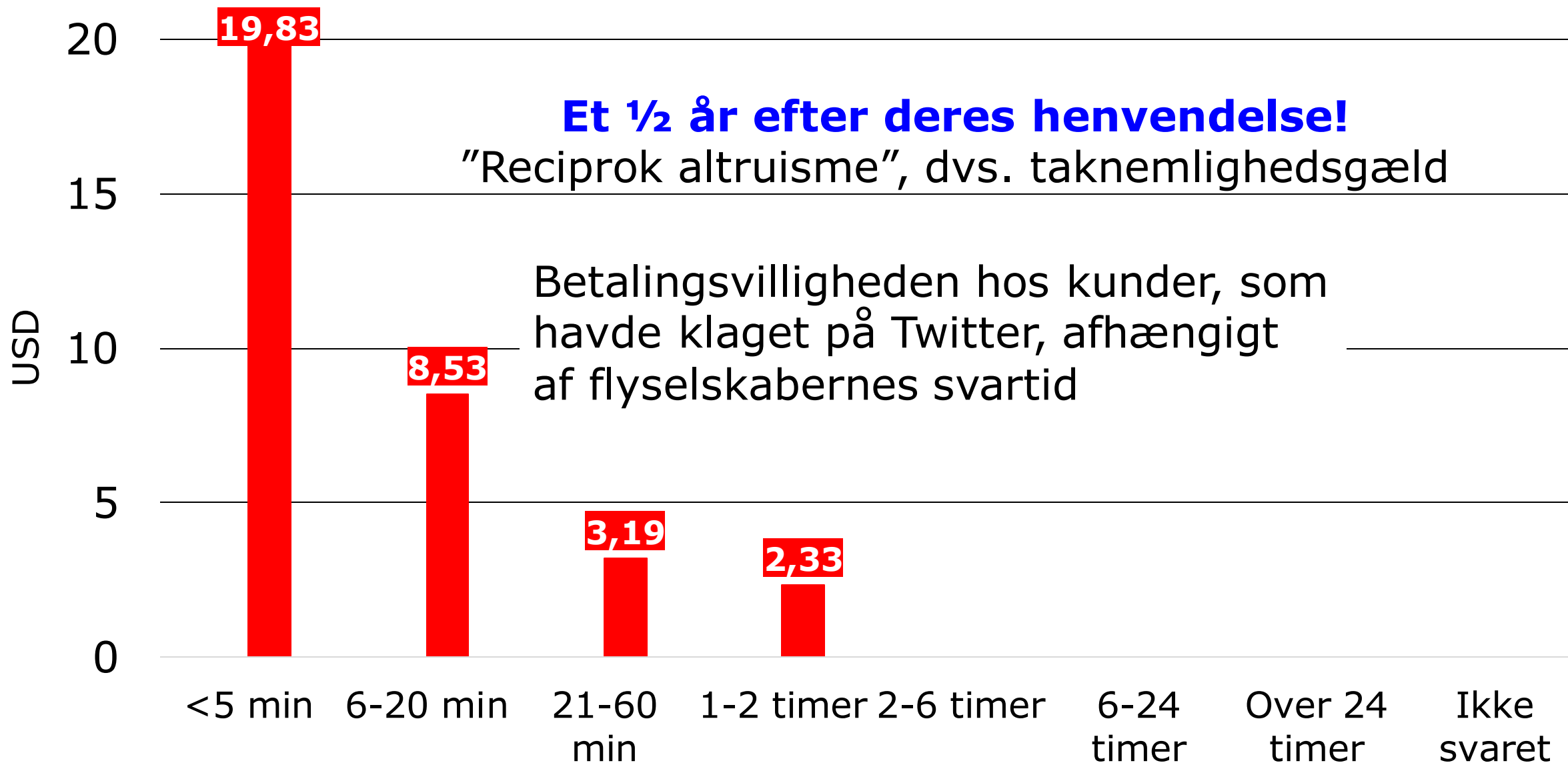
"STJÆLER FOLKS PENGE - HOLD JER VÆK!!!!!"

"Hold kæft et bondefanger-firma"

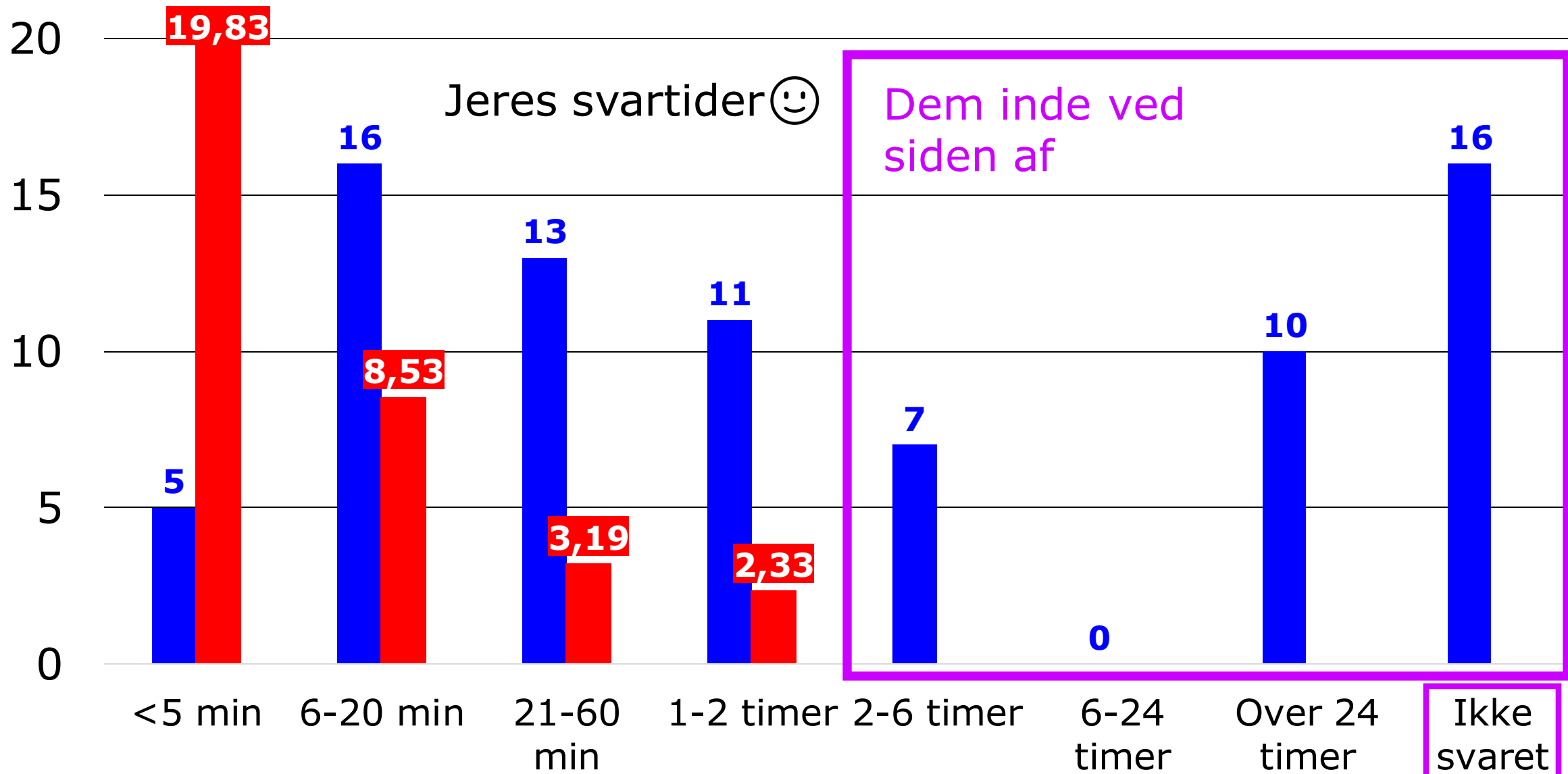
"Så jeg er ikke gal, jeg er rasende på jeres SKODFIRMA"

"Vil absolut ikke anbefale nogen at være så dum at vælge xxx"

Tiden er en fjende



Tiden er en fjende



Barrierer

Det er svært at sætte sig i andres sted

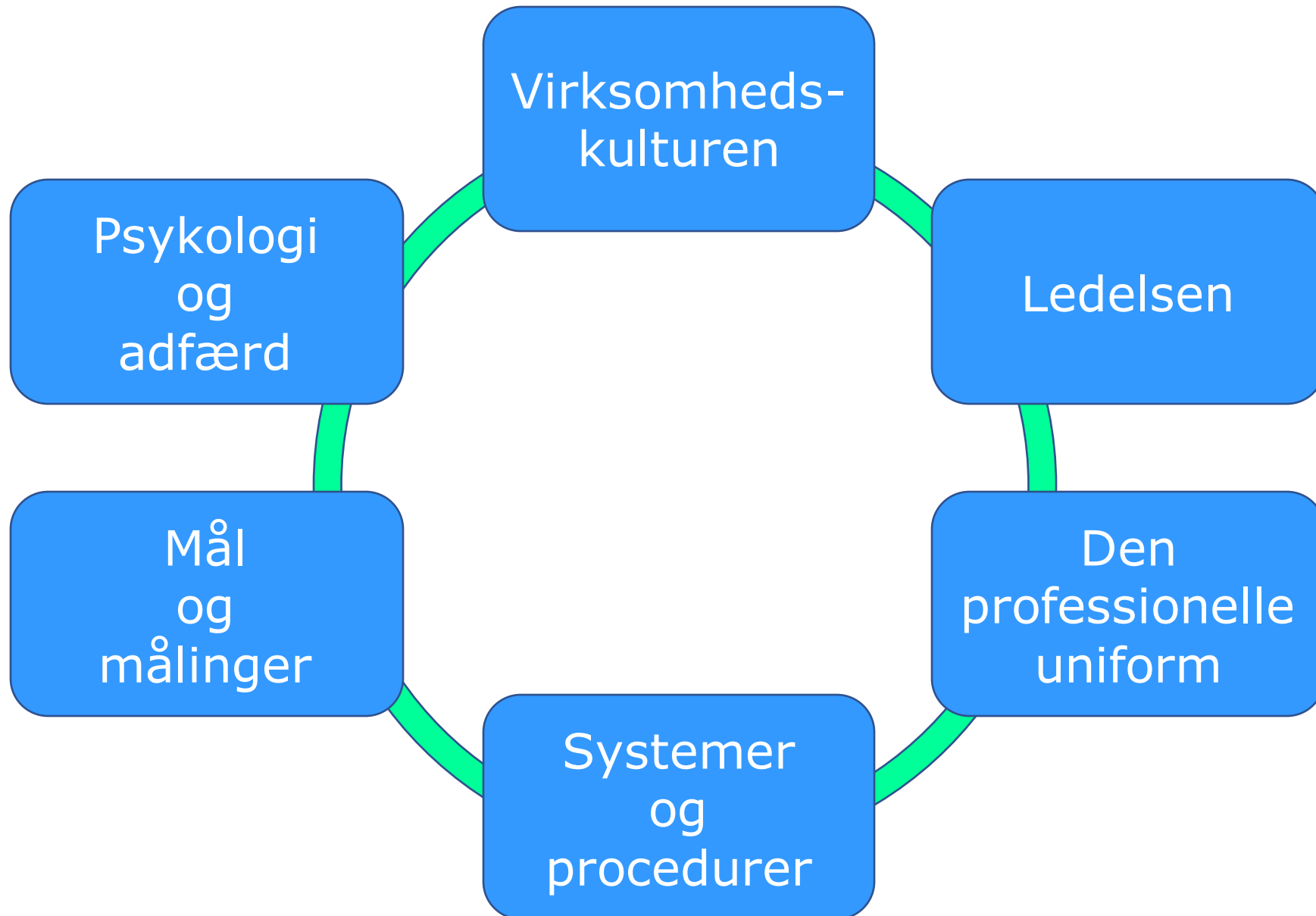
Undersøgelse:

Vi giver vores kunder **"A Superieur Experience"**

CEO'er
80% enige

Kunder
8% enige

Barrierer, som måske skal håndteres



Eksempler på fejltrin

Gå i forsvar

Bruge bagatel-grænser

Gøre det svært at klage

Ikke ville smide uniformen

For snævre regningslinjer

Glemme medarbejder-træning

Benytte magt-ubalance

Ikke spørge kunderne

For langsom håndtering

Glemme empatien

Ikke turde være ærlig

Devaluere løsningen

Lade reglerne tale

Omkostnings-fokusering

Manglende registrering

Fejlfortolke målinger

Uklare procedurer

Optræde unfair

Optræde distanceret

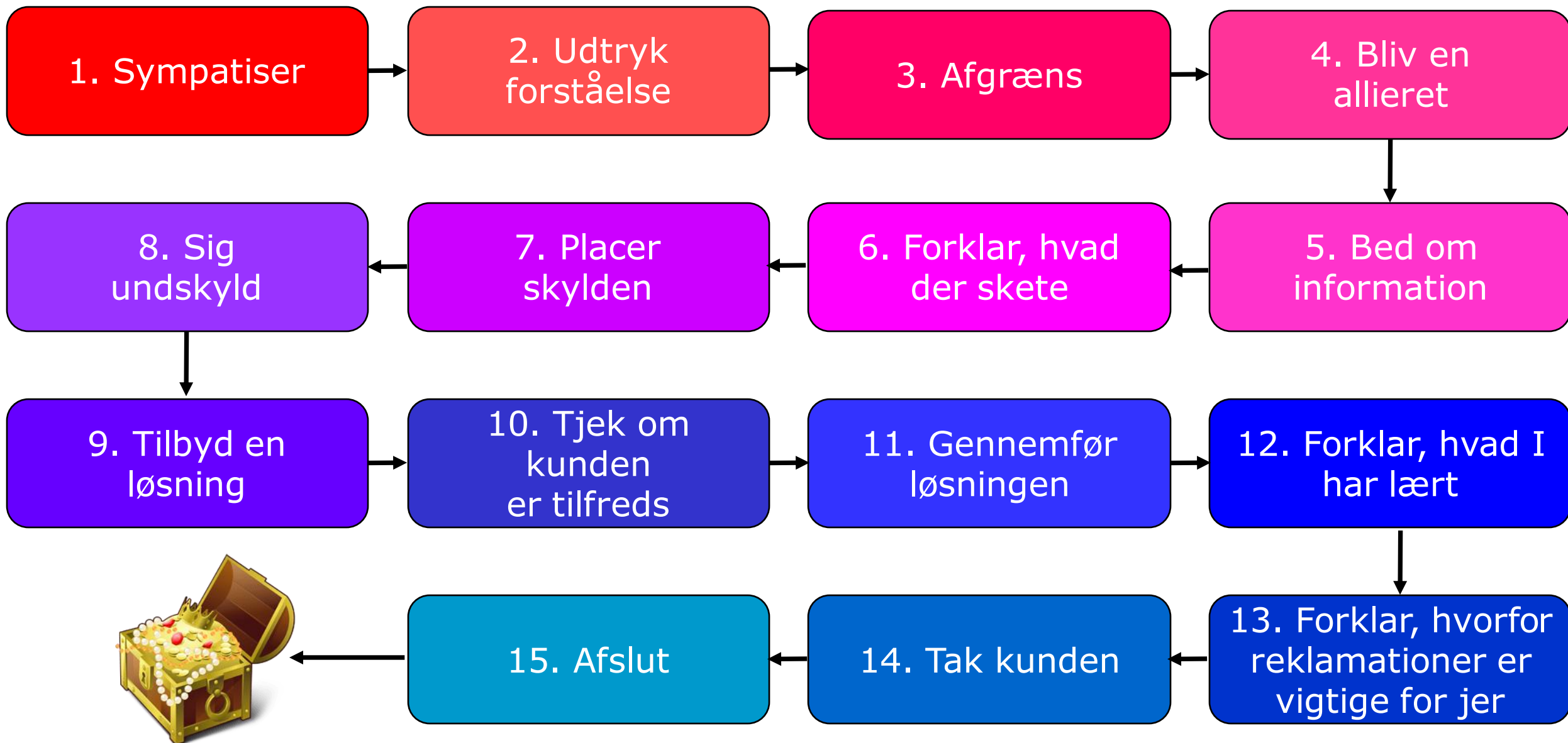
Ikke være "likeable"

Alle menneskers behov

Vi vil gerne:

- Lyttes til
- Forstås
- Accepteres
- Respekteres
- Tages alvorligt
- Anerkendes
- Gøre nytte

Loyalitetsmetoden



Loyalitetsmetoden – de første 4 trin

1. Sympatiser

"Puha, det lyder sørme ikke godt!"

2. Udtryk forståelse

"Jeg kan godt forstå, at du ikke er tilfreds."

3. Afgræns

"Jeg håber da ikke, hele jeres ferie blev ødelagt?"

4. Bliv en allieret

"Men lad se på det, så finder vi ud af det."

Dagens "take-away"!

1. Sympatiser

"Puha, det lyder sørme ikke godt!"

2. Udtryk forståelse

"Jeg kan godt forstå, at du ikke er tilfreds."

3. Afgræns

"Jeg håber da ikke, hele jeres ferie blev ødelagt?"

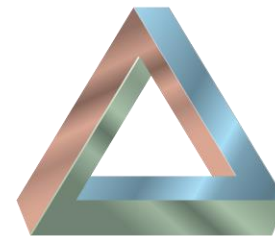
4. Bliv en allieret

"Men lad se på det, så finder vi ud af det."

Invitation



- Jeg 'connecter' meget gerne på LinkedIn
- Følg mit nyhedsbrev på LinkedIn eller min hjemmeside (reklamationshaandtering.dk)
- Kontakt mig, hvis der er bøvl (eller før)



Reklamations-
håndtering

Tak for i dag 😊