



GÓÐ MEDHÖNDLUN KVARTANA ER VOPN Í SAMKEPPNINNI

NÖLDURSKJÓÐURNAR

Margir þekkja hálfgerðar þjóðsögur af viðskiptavinum fyrirtækja sinna sem alltaf kvarta yfir stóru sem smáu. Slíkir viðskiptavinir eru oft kallaðir nöldurskjóður og flestir reyna að sleppa undan því að þjóna þeim. En er þetta rétta hugarfarið? Eru þetta ekki fullgildir viðskiptavinir og hvað ef þeir koma nú með réttmæta kvörtun eða athugasemd?

FLEIRI KVARTANIRNAR, TAKK!

Stjórnunarfræðingurinn og fyrirlesarinn Tom Peters talar um að það séu tvær tegundir fyrirtækja. Annars vegar fyrirtæki þar sem litið er á kvartanir sem sjúkdóm sem lifa verði af og hins vegar fyrirtæki þar sem litið er á kvartanir sem dásamleg tækifæri til framfara!

Venjulega er litið á kvartanir, nöldur, klögur og kærur sem eitthvað neikvætt sem flestir vilja sleppa undan, en kvartanir eru einnig hvati umbóta og endurhönnunar. Í gæðastjórnun er lögð mikil áhersla á að finna væntingar viðskiptavina og mæta þeim en mörgum gengur erfiðlega að skilgreina kvartanir sem þennan hvata framfara og umbóta.

Þau fyrirtæki sem setja upp formlegt gæðakerfi (og fá það vottað eftir stöðlum) verða að hafa skilvirkt kerfi þar sem kvartanir og úrvinnsla þeirra er skráð. Þetta þýðir þó ekki endilega að úrlausn kvartana verði ásættanleg fyrir viðskiptavininn, til þess þarf skilning á "eðli" kvartana og vilja til að mæta óskum viðskiptavina.

HVAÐ ERU KVARTANIR?

Viðskiptavinurinn kvartar vegna þess að hann skynjar að þjónustunni sé ábótavant, okkar skilningur á réttmæti kvörtunarinnar skiptir þar litlu máli. Viðskiptavinurinn verður ekkert sáttari þó við vísum í handbækur og þjónustustaðla, hann kallar það fyrirslátt og aumar afsakanir. En hvernig bregst sá við kvörtunum, sem hefur ákveðið að standa sig á samkeppnismarkaðinum? Hann hefur áhuga á viðskiptavininum og kvörtunum hans og hann kannar hvað er að þjónustunni: eru auglýsingarnar óljósar, handbækurnar of flóknar, hvað hefur brugðist? Réttu viðbrögðin eru að spyrja þessara og annarra spurninga og það er viðskiptavinurinn sem á að svara þeim, hann kaupir þjónustuna, hann veit hvað hann vill fá.

Við megum ekki líta á kvartanir sem neikvætt fyrirbæri, aukinn fjöldi kvartana gæti þýtt að við höfum náð betur til viðskiptavina. Við fáum meiri viðbrögð við þjónustunni og aukin tækifæri til að þjóna betur (og selja meira!). Markmið okkar eiga ekki að vera að fækka kvörtunum heldur fækka umkvörtunarefnum og fleiri kvartanir hjálpa til við að finna rót vandans.



ENN FLEIRI KVARTANIR, TAKK!

Kvartanir eru uppspretta framfara ef rétt er brugðist við þeim, en vandamál okkar eru þeir sem eru óánægðir og kvarta ekki. Rannsóknir sýna yfirleitt eitthvað í líkingu við eftirfarandi hlutföll þeirra sem kaupa aftur eftir að hafa verið óánægðir með þjónustu:

Þessir kaupa aftur:

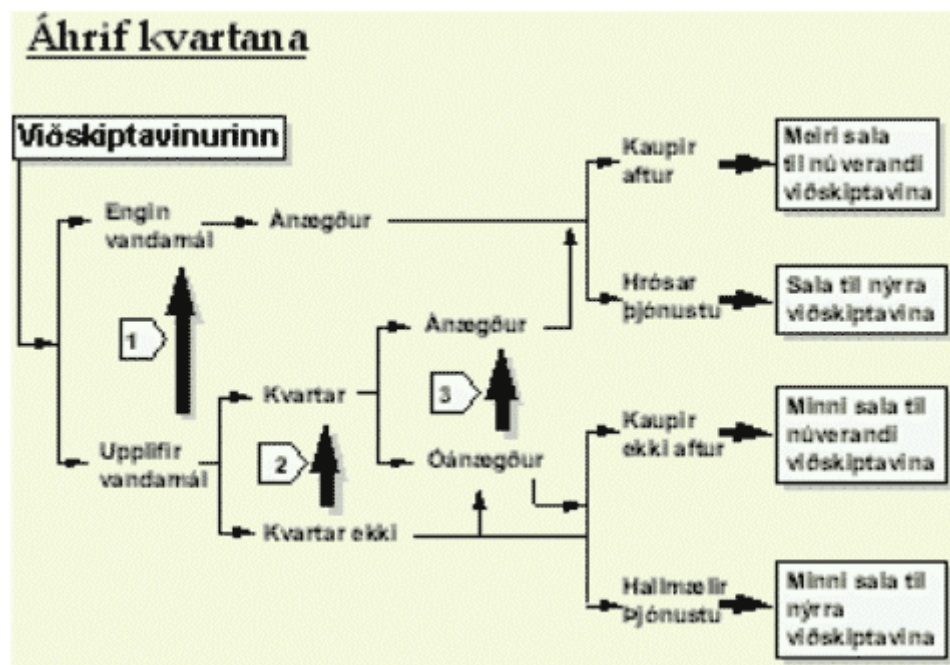
- 52% þeirra sem ekki kvarta
- 28% þeirra sem hafa óleysta kvörtun
- 72% þeirra sem hafa fengið fullnægjandi lausn og enn fleiri kaupa aftur ef STRAX er leyst úr málinu

Þetta segir okkur verðum að hvetja og þjálfa viðskiptavinum okkar í að kvarta og það þarf að gera þeim það auðvelt.

Hvers vegna er ekki kvartað?

En hverjar skyldu vera helstu ástæður þess að ekki er kvartað? Nokkur atriði koma þar til greina:

- viðskiptavinum virðist það ekki vera þess virði að eyða tíma og orku í kvarta.
- kvörtunin skiptir engan máli (öllum er svo sem sama).
- ekki nothæf eða þekkt leið til kvartana.
- hræðsla við "refsingar" (t.d. neitun um lán í banka þar sem kvartað er)



Ef við lítum á myndina þá eru þar útskýrð áhrif kvartana og á hvaða stigum við getum best gripið inn í. Ör merkt -1- sýnir hvar hefðbundið umbótastarf á sér stað. Við reynum að vera með gallalausna þjónustu og koma í veg fyrir umkvörtunarefni. Við verðum að vera raunsæ og gera ráð fyrir einhverjum göllum og þá kemur að lipurðinni



í meðhöndlun kvartana. Ör merkt -2- sýnir hvar lipurð í meðhöndlun kvartana kemur okkur til hjálpar. Ef viðskiptavinir vita af góðri leið til að koma kvörtunum áleiðis þá eykst fjöldi þeirra sem vilja kvarta. Við verðum að hafa það í huga að ef ekki er kvartað þá er lítil sem engin von til að við getum til lengri tíma haldið viðskiptavininum. Ör merkt -3- er til að minna okkur á að ef ekki er leyst VEL úr umkvörtunarefnum þá eru viðhorfin jafnvel enn verri eftir en áður.

REIÐIN

Umkvörtunarefnið er aðeins annar þátturinn af tveimur í hverri kvörtun. Hinn þátturinn, og ekki síður mikilvægur, er óánægjutilfinning og reiði viðskiptavinarins. Það skiptir miklu máli að þú takir ekki reiði viðskiptavinar persónulega til þín, reiði hans er vegna brostinna vona til fyrirtækisins eða þjónustunnar og hún er (í flestum tilvikum) réttlætanager. Leyfðu viðskiptavininum að blása reiðinni, hann á rétt á því og honum líður betur á eftir.

Nokkrar ábendingar, slagorð og klisjur

Hér í lokin eru nokkrar ábendingar og fullyrðingar sem kannski eiga erindi til þín og vekja upp spurningar um meðhöndlun kvartana í þínu fyrirtæki.

- Ef þú getur ekki leyst fullkomlega úr kvörtun, VIÐURKENNDU ÞAÐ STRAX og ÚTSKÝRÐU HVAÐ ÞÚ ÆTLAR AÐ BJÓÐA Í STAÐINN.
- Er til skilgreind, vel auglýst leið fyrir kvartanir í þínu fyrirtæki?
- Viðskiptavinur skyldi aldrei þurfa að finna fyrir deildaskiptingu fyrirtækis, það er vandamál fyrirtækisins ekki viðskiptavinarins hvernig deildaskiptingu er háttað.
- Það eru ekki til neinar smávægilegar kvartanir!
- Það sem viðskiptavinir voru ánægðir með í gær kvarta þeir yfir í dag!
- Grandskoðun kvartana eru ódýrar markaðsrannsóknir!

Jón Freyr Jóhannsson
3.9.2003