

De kracht van een klacht

Elke organisatie krijgt wel eens klachten binnen van een klant. Hier goed mee omgaan draagt bij aan een succesvolle organisatie. Van je fouten kan je immers leren! In dit whitepaper leggen we uit waar de schoen kan wringen bij klachtafhandeling en hoe de medewerker frontoffice met behulp van een gestructureerd gesprek van de klagende klant weer een tevreden klant maakt en kan bijdragen aan procesverbetering in de organisatie.

Mensen en processen

Inmiddels beseffen bedrijven dat een professionele wijze afhandeling van een klacht belangrijk is en nemen bedrijven de mening van de klant steeds serieuzer. Overigens komt dit niet altijd direct zo over bij klanten. Zij hebben vaak het gevoel dat ze maar een nummer zijn. Dit komt omdat bedrijven een klacht zien als een kans het proces te verbeteren en de klant zich dus ook moet houden aan het proces van het bedrijf. Maar klanten hebben geen juist procesmatige maar een menselijke behoefte, namelijk het krijgen van erkenning van hun klacht. Klanten geven bedrijven door het uiten van hun klacht de kans de relatie te herstellen dus het is zaak deze kans met beide handen aan te grijpen.

Vanuit de behoefte om het proces te verbeteren richt het bedrijf vaak een “klachtenafdeling” op die de onderstaande taken heeft:

- Verzamelen van de klachten
- Het registreren van de klachten
- Het oplossen van de klachten
- Het onderzoeken van de klachten
- Het verbeteren van de knelpunten

Komen we daarmee tegemoet aan de wens van de klant? Neen, niet helemaal. Uit onderzoek blijkt dat de klant die klaagt graag een aantal zaken wil:

- Klagen
- Serieus genomen worden

**“Klanten geven
bedrijven door het
uiten van hun klacht
de kans de relatie te
herstellen.”**

- Begrip
- Aandacht
- Genoegdoening
- Oplossing voor de toekomst

Door het procesmatig inrichten van een klachtenafdeling ervaart de klant niet direct dat er aan de eerste drie punten wordt voldaan, namelijk erkenning van de klacht. Erkenning is echter een fundamentele menselijke behoefte, hieronder gevisualiseerd in De Piramide van Maslov. Erkenning staat hier op een vierde plaats. Dit houdt in dat de vijfde plaats, namelijk zelfontplooiing, niet gerealiseerd kan worden als niet aan de eerdere behoeftes is voldaan. Tegelijk is het zo dat de behoefte aan erkenning pas relevant wordt, als aan de eerder behoeftes is voldaan, respectievelijk primaire biologische behoeften, bestaanszekerheid en sociale behoefte.

“Erkenning is een fundamentele menselijke behoefte.”



In het volgende onderdeel bekijken we hoe we met onze communicatie recht kunnen doen aan deze menselijke behoefte van erkenning.

De relatie herstellen

Een klant kan ontevreden zijn als hij een verwachting had die niet waar is gemaakt door het bedrijf of door de medewerkers van dat bedrijf. Als een klant de moeite neemt om deze klacht te uiten mogen we daar als organisatie blij mee zijn. Dit biedt ons kans om, naast het proces of de organisatie te verbeteren, de relatie met de klant te herstellen. Dit relatieherstel wordt idealiter opgepakt door de medewerker frontoffice.

Deze medewerker moet zich 'probleemeigenaar' gaan voelen van deze klacht en zelf het probleem gaan oplossen, in plaats van de klant verder de organisatie in te sturen.

Communicatie op de juiste wijze inzetten

Hoe kun je nu als medewerker frontoffice je communicatie inzetten zodat de klant zijn behoefte aan erkenning krijgt en je informatie vergaart om de organisatie te verbeteren? Om de klacht van de klant helder te krijgen is een goede analyse van de klantsituatie nodig. Dit doe je door de huidige situatie van de klant uit te vragen op inhoud en op gevoel en daarna de door de klant gewenste situatie uit te vragen op inhoud en op gevoel. De discrepantie hiertussen is waar de klant genoegdoening en een oplossing voor wil. Door het uitvragen op deze manier voldoe je ook aan de andere behoeftes van de klant, zoals aandacht en erkenning, mits je de uitkomst van de analyse ook goed samenvat. Belangrijk bij dit uitvragen is daarbij dat je als medewerker onbevooroordeeld luistert.

Als duidelijk is waar de discrepantie zit, kan je naar de volgende fase in het gesprek overgaan: de klant het 'aanbod' doen waarmee je de klant genoegdoening wil bieden, binnen de mogelijkheden die er zijn. Dit aanbod moet duidelijk verteld worden, ook al is het niet overeenkomstig met wat de klant zelf eventueel heeft voorgesteld. Als de klant het aanbod accepteert kun je overgaan tot de 'afsluiting' van het gesprek waarin je vraagt hoe de klant het gesprek heeft ervaren. Als de klant het aanbod niet accepteert kun je zijn wens nogmaals samenvatten en vragen of dit klopt. Als dit het geval is en je kunt dit niet bieden, dan zal je de klant duidelijk dit 'slechte nieuws' moeten gaan meedelen. Als je op deze manier gestructureerd het gesprek met de klant voert, zet je als medewerker frontoffice je communicatie dusdanig in dat je voldoet aan de wens en behoefte van de klant.

Registratie van de klacht

Om ook aan de wens van de organisatie te voldoen, is het belangrijk om de uitkomst van de discrepantie, die je hebt achterhaalt tijdens de analyse, goed te registreren met daarbij de gewenste oplossing van de klant. De klachtenafdeling kan dan met de inhoudelijk uitzoekklus aan de slag en komen met verbetervoorstellen.

“Om de klacht van de klant helder te krijgen is een goede analyse van de klantsituatie nodig.”

Tot slot, de laatste behoefte van de klant waar nog aan voldaan moet worden is het geven van een oplossing voor de toekomst. Sommige klanten ervaren het ook als prettig dat zij te horen krijgen wat er in de toekomst gedaan wordt om deze situatie te voorkomen. Check wel altijd of de klant daar behoefte aan heeft. Door op deze gestructureerde manier de klacht af te handelen kan de klant zich erkent voelen én kan je als frontoffice medewerker bijdragen aan procesverbetering in de organisatie. Maak van een klacht een kracht!

WCS TeleAdvies biedt als onderdeel van haar dienstverlening ook communicatietrainingen op maat aan voor medewerkers met veel klantcontact. Voor meer informatie:

wcsteleadvies.nl/doelen/verbeterenbereikbaarheidendienstverlening/communicatietraining/

“Heldere communicatie, duidelijke werkafspraken en goede bereikbaarheid zijn essentieel.”

Waarom WCS TeleAdvies

WCS TeleAdvies geeft samenwerking vorm. Dit doen wij door samen met onze klanten een communicatie-omgeving in te richten die perfect is afgestemd op de strategie, kernactiviteiten en werkprocessen binnen de organisatie. Ook bieden wij praktische gereedschappen om de visie over klantcontact en bereikbaarheid te vertalen naar de juiste houding en kennis van medewerkers. Heldere communicatie, duidelijke werkafspraken en goede bereikbaarheid zijn essentieel voor het succes van elke organisatie. Neem gerust contact op voor meer informatie of een vrijblijvende kennismaking. Wij zijn u graag van dienst!



Wilco Smit, Business Consultant

WCS TeleAdvies B.V. | Stemerdingweg 5 | Soesterberg

0346 - 350808 | www.wcsteleadvies.nl | info@wcsteleadvies.nl