

Betaalbaar bedrijfsadvies en opleidingen op maat van uw bedrijf en mensen

Opzet

Alleen wie niets doet loopt ook weinig risico op klachten. Klachten zijn eigen aan bedrijvigheid en ondernemen.

U kan **klachten** gewoon weg wuiven en er niets mee doen. Jammer, want klanten werven is duur, en misschien zou u uit de klacht ook iets kunnen **leren**? Als u niet langer elke klacht zou opvatten als een persoonlijke aanval op uw goede intenties en vakmanschap zou u er ongetwijfeld veel profijt kunnen uit trekken.

Klacht als marktonderzoek

Klachten zijn namelijk de goedkoopste en meest directe manier om aan **klantenbevraging** en **marktonderzoek** te doen. *Klachten* dwingen u een andere bril op te zetten, de **bril van de Klant**. Ze zetten u aan om vanuit *een andere invalshoek* te kijken naar wat u dagelijks doet. En dan stelt u door dié bril misschien

wel vast dat uw beste bedoelingen door de Klant **niet gesnapt** of **niet gewaardeerd** worden. Of dat dingen gewoon **mis gaan**, en de Klant volmondig **gelijk** heeft. Door naar (de klacht van) uw Klant te **luisteren** kan u veel ellende, tijdverlies, frustratie en uiteindelijk klantenverlies voorkomen.

Andere ingesteldheid en organisatie

Opdat klachten een **positief effect** zouden hebben op de organisatie moeten een aantal voorwaarden worden vervuld. We noemen er 3.

De Klant moet zijn klacht **gemakkelijk kunnen formuleren** aan de organisatie (eenvoudige en toegankelijke procedure), **au sérieux** worden genomen en achteraf ook **feedback** krijgen.

Wie de klacht van de Klant onthaalt, bv. telefonisch of face2face moet **zich hierin bekwamen**. Zo kan u voorkomen dat mensen in zelfverdediging gaan, of de

klacht proberen oplossen, nog voor ze geluisterd hebben.

Mensen in de organisatie moeten vooreerst weten dat boodschap en boodschapper niet worden verward met elkaar: wie een klacht van een Klant meldt moet gewaardeerd worden. Dat is deel van een **klachtvriendelijke cultuur**.

Lerende organisatie

U heeft dus alle redenen om bij een volgende klacht **Hoera!** te roepen, want ze betekent **winst** voor alle partijen: de **organisatie** leert, de **medewerkers** leren, en de **Klant** ervaart dat zijn mening ertoe doet; hij wordt mede-bestuurder van *zijn* leverancier, en als waardering daarvoor... Blijft hij klant, ook al is het eventjes verkeerd gegaan. Een goed **klachtenmanagement** bevordert de **loyauteit** van de Klanten.

Klachten, wat doet u er momenteel mee?

Wat doe je (nog) beter na deze workshop?

U heeft een scherpe visie op welke manier **processen** in de organisatie, evenals de persoonlijke **competenties** van mensen een **positieve invloed** kunnen hebben op het effect van klachten. U weet op welke manier klachten effect hebben op de **trouw** van

Klanten, en welke **houding** en **communicatietechnieken** bijdragen tot een **positief gevoel** bij de *Klant-met-een-klacht*. U heeft de **do's** en **dont's** van klachtenonthaal opgelijst, uw eigen **gevoeligheden** onderzocht, en geoefend in **eerstelijns-klachtenonthaal**.

U bent niet enkel gewapend in het onthaal, maar beschikt ook over instrumenten om de Klant gepast **te woord te staan**, en misschien zelfs een **lastige boodschap** te geven, hetzij in fase van het onthaal, hetzij in de latere feedback.

Programma

Ook aan klachten zit een goede kant

Hoe en waar ontstaan klachten?

Waarom zou u het zich aantrekken? Over klachten- en klantenwaarde

Maak het de Klant gemakkelijk en let op het goed gevoel

Eenvoudige procedures en principes (& voorbeelden)

De stijl van de Klant bepaalt de techniek van onthaal: de feitelijke, gefrustreerde en manipulatieve stijl

Persoonlijke koelbloedigheid op spannende momenten

Lastig nieuws bengen op een professionele manier

De praktijk...

Aan de hand van verschillende voorbeelden uit de praktijk van de deelnemers worden korte oefensessies opgezet die u toelaten te experimenteren met de voorgestelde technieken. Op die manier verwerft u niet enkel inzicht, maar ook een eerste ervaring.



Is dit een programma voor u? *Zijn imago en klantgerichtheid belangrijke parameters in uw organisatie? Kunnen klanten die uw ambassadeur worden het verschil maken?*

Bent u diegene die als eerste te maken krijgt met de klacht van de Klant: onthaal, verkoop, technicus, chauffeur-leverancier,... Of bent u verantwoordelijk voor/bezorgd om de perceptie van klanten om kwaliteit in de brede zin van het woord?

Dan is dit programma ongetwijfeld iets voor u.

Duur training

1 dag

Vereiste voorkennis

geen

U kan ons steeds vrijblijvend contacteren voor meer informatie over deze training of andere werkvormen waartoe dit thema zich leent, zoals key note speech, coaching enz.