



Reklamacje



Badania prowadzone przez prestiżowe uniwersytety w USA stwierdzają, że 38,8%, 41,6% i 40,1% wszystkich Amerykanów ocenia firmę przez pryzmat jednego czynnika - "Jak załatwia reklamacje". Klienci oceniają firmę po tym, jak właściciel czy zarząd firmy zaleca reagować na reklamacje. Gdy to mówię przedsiębiorcom, to oni twierdzą, że w ich branży reagowanie na reklamacje nie ma żadnego znaczenia, albo co najwyżej niewielkie. Jest to oczywiście nieprawda – wszystkie firmy niezależnie od branży przez klientów oceniane są tak samo. Jak firma źle reaguje na składane reklamacje to mimo tego, że wydaje się pozornie, że zarabia, ewidentnie traci gigantyczne pieniądze. Badania twierdzą, że jeśli tracisz mniej niż 5% klientów to możesz osiągnąć nawet 55% zysku więcej. Często słyszę, że mają dość i chcą się pozbyć jak najszybciej klienta, który przychodzi z reklamacją jest marudny, niezadowolony. Trzeba być wobec takiego klienta wyrozumiałym, bo bardzo często ma on rację.

My przedsiębiorcy musimy zrobić wszystko, aby reklamacji było jak najmniej:

1. Nie współpracować z niepewnymi, niewłaściwymi partnerami
2. Jeśli klient na siłę chce kupić najtańszy czy zły produkt, to zrobić wszystko, aby tego produktu u nas nie kupił

3. Gdy mimo naszych wysiłków chce ten produkt kupić a my mamy go w ofercie, należy mu kazać napisać oświadczenie, że Klient został poinformowany, że nabywa produkt gorszej jakości. To on musi podpisać to oświadczenie. Każdego Klienta niezależnie od tego jaki produkt u nas kupił musimy potraktować życzliwie. On to będzie pamiętał. Trzeba takiego Klienta zadowolić:

- przeprosić,
 - pomóc załatwić reklamację ,
 - dać mu jakiś gadżet,
 - jeśli reklamacja lub negatywna uwaga przesłana jest SMS-em lub e-mailem, to wysyłamy przeprosiny, a jeśli osobiście to dobrze jest mu wręczyć jakiś gadżet.
- Często gadżetem załatwiałem bardzo trudnych klientów. Jeśli klient krytykuje naszego pracownika lub współpracownika, reklamację załatwiam sam i zalecam tą reklamację załatwić samemu właścicielowi lub szefowi.

Prezes Zarządu FPC International

Specjalista z 30 letnim doświadczeniem w branży
ubezpieczeniowo-inwestycyjnej

Ryszard Jurkowski

 Pobierz artykuł