

Obsługa reklamacji – poradnik w 8 krokach



Zazwyczaj **reklamacja** jest postrzegana jako coś bardzo nieprzyjemnego. I to z punktu widzenia nie tylko firmy, do której trafia ale również klienta. Kojarzy się z wysiłkiem, trudnością, może nawet wstydem a czasem porażką.

W firmach, pracownicy **obsługą reklamacji** zajmują się jakby za karę. Często są adresatami pretensji klienta, który został narażony na dodatkowy kłopot bo przecież kupić by używać, a nie reklamować.

Myślenie klienta jest proste. Jeśli kupił coś z czego jest dumny, mówi "Kupiłem" ale jeśli coś nie działa jak należy, mówi "Sprzedali mi". Czasem jest to wynikiem nie wady produktu, a **dysonansu pozakupowego** klienta i tę okoliczność, jako powód reklamacji również należy brać pod uwagę. Zazwyczaj ok **25% klientów jest niezadowolonych** z tego "co im sprzedali" handlowcy. Ale tylko **5% z nich składa reklamacje**. **Pozostałe 95% sądzi**, że nie warto zawracać sobie głowy reklamacją albo nie wie do kogo się zwrócić. Zaskakujący jest też fakt, że i tak połowa z tych 5% składających reklamacje, uważa że sprawa nie została załatwiona profesjonalnie.

A przecież **niezadowolony klient skarży się aż 11 osobom**, podczas gdy **zadowolony chwali się tylko trzem**. Bilans nie wypada więc zbyt korzystnie dla firm sprzedających swe produkty.

Naturalnie nie wszystkie zakupione rzeczy są wadliwe bądź nie spełniają oczekiwań klienta i wymagają reklamacji. Jednak co zrobić aby obsługa reklamacji nie była karą, była profesjonalna i nie budziła zastrzeżeń klientów.

Reklamacja to prezent od klienta!

Brzmi dziwnie? Niekoniecznie. [Obsługa reklamacji](#) to nie tylko kwesta nastawienia obsługującego, który to nastawienie przenosi na klienta. Jest to naturalnie niezwykle ważne ale nastawienie można zmienić, jeśli zna się następujące fakty.

Fakt nr 1

Reklamacja pozwala poznać potrzeby klienta. Klient informuje nas, co mu nie pasuje w produkcji i zazwyczaj, choć w dość emocjonalny sposób, przekazuje nam, co by mu w nim odpowiadało. Wystarczy oddzielić emocje od informacji i je zbierać.

Fakt nr 2

Reklamacja świadczy o zaufaniu klienta do firmy. Brzmi jak żart ale żartem nie jest. Czy jeśli by nie ufał, przyszedł by prosić o usunięcie wady i wierzył, że jego oczekiwanie zostanie spełnione? Nigdy. Przeboleałby stratę, kupiłby gdzie indziej, a przed tobą ostrzegał innych. Skoro przyszedł, choć nawet z pretensją - witajmy go z otwartymi ramionami!

Fakt nr 3

Klient składający reklamację to wciąż twój klient. Skoro wrócił to znaczy, że chce z tobą rozmawiać. Z jakiegoś powodu zależy mu na twojej marce. A nawet jeśli reklamacja spowodowana jest dysonansem zakupowym, jeśli zostanie satysfakcjonująco obsłużony, w ramach reguły wzajemności, następnym razem kupi u ciebie, a nie gdzie indziej. A przecież pozyskanie nowego klienta kosztuje 5 razy więcej niż utrzymanie dotychczasowego. Dajmy mu więc szansę przekonać się, że jesteśmy fajni i przede wszystkim profesjonalni w tym, co robimy.

Obsługa reklamacji, jako prezentu w 8 krokach

1. Podziękuj klientowi, że chciał mu się przyjąć zareklamować. Być może wydaje się to irracjonalne ale klient poczuje się miło przywitany i bardzo chętnie zmieni ton swojej wypowiedzi, co z kolei nie narazi pracownika na wysłuchiwanie przykrych sentencji. Jest to doskonałe otwarcie na konstruktywną rozmowę, zebranie informacji o niedociągnięciach produktu oraz do zatrzymania klienta przy swojej marce.

2. Wyjaśnij klientowi dlaczego mu dziękujesz. Powiedz mu, że dzięki takim, jak on możecie wciąż doskonalić swoje produkty, które przecież są dla niego a nie dla was. Tylko klient może dać informację czego potrzebuje. Poczuje się ważny, może nawet współodpowiedzialny za tworzenie przyszłych produktów waszej marki. Co za tym idzie, jako współtwórca będzie

lojalnym klientem oraz będzie dobrze świadczył o produktach w swoim otoczeniu. Stanie się ich przedstawicielem.

3. Przepróś za kłopot i za niedociągnięcia produktu. Klient wcale nie jest zadowolony, że musiał do was się pofatygować. Jeśli ma dobry powód, czyli produkt nie działa jak powinien, ma pretensje do firmy, która "mu sprzedała". Jeśli reklamacja wynika z jego winy czyli z **dysonansu pozakupowego**, klient przeniesie swój dyskomfort na pracownika firmy. Jeśli zobaczy, że nikt nie ma do niego pretensji za zawracanie głowy, poczuje się zachwycony i odpłaci lojalnością.

4. Przyjmij na siebie odpowiedzialność za reklamację. Najmniej skuteczna jest odpowiedzialność zbiorowa albo tzw ktoś. Ktoś się tym zajmie. Ktoś znaczy, że nikt. A poza tym jak znaleźć takiego "ktosia" i sprawdzić czy się zajął...? Dlatego nie ktoś tylko ten, kto przyjmuje reklamację. Osobiście i specjalnie dla Pana Klienta. Osobą własną. Przypilnuje, żeby reklamacja została rozpatrzona szybko i skutecznie.

5. Poproś o niezbędne informacje. Jednak nie rób tego w sposób warunkujący swoją pomoc. Raczej daj nadzieję klientowi, że fakt zadania pytań służy jego dobru, np. szybszemu załatwieniu sprawy. Daj klientowi cel, do którego będziecie wspólnie dążyć.

6. Niezwłocznie napraw błąd. Wszelkie nasze starania nie dadzą żadnego rezultatu jeśli błąd pozostanie błędem. Musimy go naprawić najszybciej jak to tylko możliwe. I nic nie może pozostać bez odpowiedzi. A jeśli błąd nie wynikał z twojej winy i nie miałeś na niego najmniejszego wpływu, daj klientowi do zrozumienia, że jest ci przykro i w przyszłości będziesz szukać skuteczniejszych rozwiązań.

7. Sprawdź czy klient jest zadowolony z załatwienia sprawy. Mało kto spodziewa się, że po złożeniu reklamacji i byciu dla ciebie niemiłym, ty zainteresujesz się jego stopniem zadowolenia z obsłużonej reklamacji. Ten krok miło zaskakuje i zwiększa szanse na lojalność klienta.

8. Spraw, by podobne problemy nie wystąpiły w przyszłości. Nawet jeśli wykorzystasz wszystkie wcześniejsze kroki i dzwoniąc do klienta, chcąc zapytać o jego stopień zadowolenia, dowiesz się, że sytuacja się powtórzyła, trudno ci będzie załagodzić tę sytuację. Dlatego nie tylko naprawiaj, obiecuj, że się nie powtórzy, przepraszaj, dziękuj i bierz na siebie odpowiedzialność. Przede wszystkim ucz się na błędach i nie rób ich więcej. **Zrób z reklamacji narzędzie podnoszenia jakości w firmie.**

Mam nadzieję, że tak inne spojrzenie na obsługę reklamacji spowoduje zmianę nastawienia do ich wykonywania. Pamiętajmy, że nasze nastawienie nie dotyczy tylko nas. Dotyczy też całego naszego otoczenia, które je odbiera i które się naszemu otoczeniu udziela. Skoro więc sprawa dotyczy czynności nieprzyjemnej w samej sobie, jak reklamacja, postarajmy się ją, za pomocą własnego nastawienia oraz odpowiednim podejściem do osoby reklamującej, przekuć z porażki w sukces.

Autor:

Beata J. Grabiańska



Trener praktyk biznesu. Ekspert w zakresie zarządzania, sprzedaży i obsługi klienta. Obecnie Trener / Ekspert ds. Procesów Rozwojowych w B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa. **Autorka programu i trener prowadzący szkolenia z obsługi reklamacji.** [Zobacz pełną notkę biograficzną.](#)