

PvKO-sessie: emotie staat centraal bij klachtenmanagement



Door [Paula van Doorn](#), Editor

Vrijdag 10 februari 2012 om 12:00

Tags: [Customer experience](#), [Customer loyalty](#), [Customer service](#)



LEUSDEN - Tijdens de kennissessie integraal klachtenmanagement en klantervaring van het Platform voor Klantgericht Ondernemen (PvKO) in Leusden van 8 februari jongstleden blijkt dat klachtenmanagement topprioriteit heeft in veel bedrijven. Wanneer gevraagd wordt aan de vakgenoten welke kwesties ze over klachtenmanagement willen bespreken, schieten de handen omhoog. Eric de Haan van adviesbureau

Seven en schrijver van de boeken 'de TAO van Service' en 'Integraal Klachtenmanagement' zegt dat alles draait om emotie.

“Klachtenmanagement is hot”, aldus Jessica Jonasse van adviesbureau Service Check die de kennissessie van het Platform voor Klantgericht Ondernemen (PvKO) begeleidt. Ze heeft recent onderzoek gedaan naar het belang van klachtenmanagement bij klantenbinding: “Uit mijn onderzoek blijkt dat bij slechts negen procent de band met de klant versterkt wordt na het oplossen van een klacht, bij de rest van de klanten is deze band gelijk gebleven of zelfs slechter geworden. Dat zijn schokkende cijfers.” Ook vertelt ze dat veel klantrelaties worden verbroken na een poging om de klacht op te lossen. Volgens Jonasse draait alles om eerlijkheid en menselijkheid. “Het gaat erom dat de klant zich fair behandeld voelt en dat lukt meestal alleen door menselijk te handelen.”

Het draait bij de afhandeling van klachten allemaal om emotie

Ook Eric de Haan, eigenaar van adviesbureau Seven en voorzitter van stichting IKM 3000 (het keurmerk voor klantgericht klachtenmanagement), praat over emotie en klantgevoeligheid als hij het over over klachtenmanagement heeft. De Haan: “Ik zit nu ongeveer tien jaar in het klachtenmanagement vak en omdat ik het woord klachtenmanagement zat ben, gebruik ik liever de term service recovery.” Hij zet drie onderdelen centraal binnen deze term:

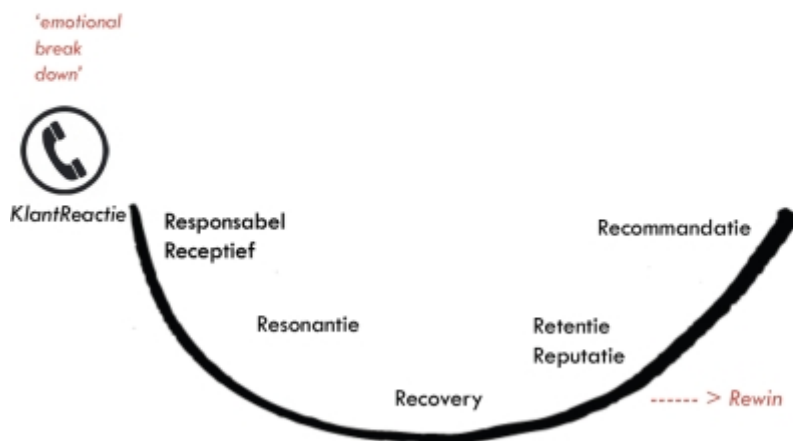
1. Customer recovery: het herstellen van het klantvertrouwen als de klant met een klacht komt.
2. Process recovery: leer van het maken van fouten door je processen te verbeteren. Zo kun je veel faal- en herstellkosten voorkomen.
3. Employee recovery: versterk het probleemoplossend vermogen van je werknemers en zorg dat ze zich betrokken voelen bij de klant.

Voordat De Haan het wil hebben over hoe bedrijven het beste om kunnen gaan met klachten, definieert hij eerst wanneer een klacht eigenlijk een klacht is: “Klantontevredenheid ontstaat door een mix van verwachtingen en de ervaringen die een klant heeft. Tel die twee onderdelen bij elkaar op en deel ze door twee, sta je in de plus? Dan is je klant tevreden en als je in de min uitkomt is de

klant, vanzelfsprekend, niet tevreden. Daar komt nog bij dat mensen negatief van aard zijn.” Volgens De Haan is nadat je weet wanneer een klacht een klacht is, de belangrijkste stap om die klachten naar je toe te halen. “Veel klanten gaan weg zonder dat jij weet wat er aan de hand is. Om dit soort situaties te voorkomen is het erg belangrijk om laagdrempelig te zijn. Zorg ervoor dat klanten naar jou toe komen met hun klacht, zodat je kunt zorgen voor een oplossing.”

Om zo goed mogelijk met klachten om te gaan draait het volgens De Haan om emotie en klantgevoeligheid. “Het draait om waardig zijn. Wees alert en gevoelig voor onvrede, sta open voor fouten, wees transparant en geef een verklaring. Het menselijke aspect is ook erg belangrijk bij het behandelen van klachten, richt je op klanttevredenheid, wees hoffelijk en fair. Ook is het belangrijk dat medewerkers zich verantwoordelijk voelen”, aldus De Haan. Onderstaand schema is volgens hem een handig hulpschema bij het uitvoeren van service recovery:

®elationeel



Bron: Ahaus & De Haan, 2010

[Bekijk hier de presentatie van Eric de Haan](#)

Jeroen van Dam, coördinator customer care bij Robeco, vertelt tijdens de kennissessie hoe zij omgaan met klachtenmanagement. Het verslag van zijn presentatie leest u [hier](#).

Bron: Customer Talk

Link: <http://www.customertalk.nl/achtergrond/id517-pvko-sessie-emotie-staat-centraal-bij-klachtenmanagement-.html>

© 2012 Customer Talk

Alle rechten op de inhoud van deze PDF berusten bij Lumido Business Media BV, voorzover deze rechten niet berusten bij derden van wie materiaal beschikbaar is gesteld op customertalk.nl.

Gebruiker erkent de (intellectuele) eigendomsrechten van Lumido Business Media BV en haar toeleveranciers op de inhoud van Customer Talk, zowel in haar geheel, als gedeelten daaruit, dan wel vervat in alle aantoonbaar daarop gebaseerde en/of daaraan ontleende

informatie, ongeacht of zodanige daarop gebaseerde en/of ontleende informatie (mede) het product is van een bewerking, veredeling of prestatie door een ander dan Lumido Business Media BV c.q. haar toeleveranciers.

Gebruiker mag de inhoud van Customer Talk slechts voor eigen gebruik raadplegen en gebruiken.

Het is gebruiker niet toegestaan om informatie verkregen uit Customer Talk op niet-incidentele basis openbaar te maken, te verveelvoudigen of te verkopen in welke vorm dan ook, daaronder begrepen het al dan niet na bewerking te integreren in netwerken of op meerdere beeldschermen te verschijnen of anderszins openbaar te maken.