

## Klagers hebben wel nood...

**Egbert Jan van Bel** dinsdag 2 oktober 2007, 14:20 uur  
Rubriek: Klantenservice | Visie en opinie

*Begin van dit jaar heb ik na het invullen van een vragen/klachtenlijst van onze supermarkt, één minuut winkelen gewonnen. Ik had klachten opgeschreven, waar inderdaad aan gewerkt is. Tijdens een gesprek met de bedrijfsleider, zei hij dat de meeste mensen allemaal positieve dingen opschreven om maar voor de prijs in aanmerking te komen. Hij vond het heel moedig van mij, dat ik klachten durfde te uiten. Terwijl ik zo iets had, nu kan ik mijn klachten uiten, dan doe ik dat ook. De directie had de ene minuut winkelen bepaald, maar daar heb ik niet eens aan gedacht toen ik het formulier invulde.*

(Eén van de 1604 'positieve ervaringen', ingezonden na een oproep voor het boek Kloteklanten)

### Klagers hebben wel nood...

Weet u wat de meest positieve ervaring van uw klant is? Ga daar maar even over nadenken terwijl u verder leest. Ik vertel het u zo. Bedenk maar vast een rijtje van x positieve criteria, of zo.

Het afgelopen jaar heb ik onderzoek gedaan naar klantervaringen. Zowel naar de negatieve als de positieve ervaringen van klanten zoals u en ik. Zo ben ik de meest gekke, hilarische en helaas ook dramatische ervaringen tegengekomen. De reden achter het onderzoek was mijn simpele gedachte dat ik wel een model kon vinden dat voor ieder bedrijf toepasbaar zou zijn om de klanttevredenheid te verhogen. Twee dingen zijn mij duidelijk geworden. Het ene is, dat zo'n model niet bestaat. Het tweede is: klanttevredenheid doet er niet toe als het gaat om een goede klantrelatie (win-win situatie). Toegegeven, tevreden klanten hebben is natuurlijk leuk en prettig, maar er is niet altijd een directe link met winstgevendheid van die tevreden klanten te ontdekken. Het is bij wijze van spreken net als bij uw burens: al jaren getrouwd en bij elkaar blijven om de kinderen. U kent dat wel. In relaties met klanten speelt maar al te vaak datzelfde gevoel.

U heeft nagedacht en uw rijtje inmiddels gemaakt? Deze omgekeerde volgorde komt uit ons 'kloteklantenonderzoek' naar voren.

- 5) Adequate hulp bij vragen en/of problemen
- 4) Deskundigheid van contactpersonen
- 3) Bejegening: vriendelijk, serieus, en luisteren
- 2) Product/dienst kwaliteit boven verwachting
  
- 1) Correcte & snelle klachtafhandeling (30%!)

Met anderen woorden, het serieus en adequaat reageren op klachten levert de meest positieve reactie van uw klant op.

### **Klacht = betrokkenheid**

Klachten zijn er niet alleen om op te lossen. Klachten zijn ook een perfecte bron van onderzoek onder bestaande klanten en, wellicht belangrijker, ze zijn een teken dat de klant zich betrokken voelt bij uw organisatie. Anders zou de klager niet de moeite nemen om te klagen, maar gewoon vertrekken zonder u de kans te geven de relatie te herstellen.

Veel klachten van klanten gaan over simpele dingen. Een afspraak wordt niet nagekomen, er is iets kapot gegaan, de sluiting werkt niet of er gaat iets mis met de installatie. Een klacht kan ook gaan over functionaliteit, prijs (klacht = waarom is de concurrent de helft goedkoper), of locatie (slecht parkeren). Een simpele klacht kan leiden tot een zware klacht, boosheid en tot het opzeggen van een relatie. Ergo, klagen dat er niets aan een klacht wordt gedaan (klachten over de klachtafhandeling zelf) is de grootste boosdoener. Dit goed analyseren en er werkelijk iets mee doen, leidt tot een sterke verbetering van de klantrelatie en uiteindelijk tot een verlaging van uw kosten en verhoging van het klantrendement.

### **Een klacht krijgen = het gegund krijgen van een herkansing**

Goed onthouden:

Een positieve klachtafhandeling? Wegloop-risico daalt met factor 3

Een negatieve klachtafhandeling? Wegloop-risico stijgt met factor 6

Tevredenheid zonder klacht <IS KLEINER DAN> tevredenheid na klachtbehandeling

...helaas is 50% van de consumenten ontevreden over klachtafhandeling

Uit onderzoek komt naar voren dat de tevredenheid over de klachtafhandeling voor maar liefst 60% de loyaliteit van klagende klanten bepaalt!

Klachten zijn eigenlijk handige tips om tot innovatie van bedrijf, product en uiteindelijk klantrelatie te komen. Maar zo ver is het bij veel bedrijven nog niet. De meeste ondernemingen bevinden zich in de fase van het optimaliseren van het proces van klachtafhandeling. Dat is al heel wat tegenwoordig, men beseft dus wel dat er winst te behalen is op het leren omgaan met klachten.

**80% van de klachten 'vaporiseert'**

Uitdaging is dan ook om een klacht te zien als betrokkenheid van een klant. Dus als een relatieversterkend element. Eigenlijk is elke klacht een kans. Maar, wat blijkt uit ons onderzoek; 80% van de klachten bereikt het bedrijf nooit. Even rekenen, vier op de vijf klagers blijven teleurgesteld achter. Die zijn niet alleen ontevreden. Maar ze vertrekken als klant. En weet u, gemiddeld vertelt iemand een negatieve ervaring ongeveer twintig keer door en een positieve ervaring wordt ongeveer vijf keer met een ander gedeeld. Tel uit uw winst. Nodig uw klanten uit te 'klagen'. Ga de confrontatie aan. Pak die 80% aan. Doe iets.

Klagers hebben geen nood, zei mijn oma vroeger. Nou, klagers hebben wel nood. En het wordt tijd dat er naar ze geluisterd wordt. Voor u zeer noodzakelijk.