

# KUNDESERVICE.



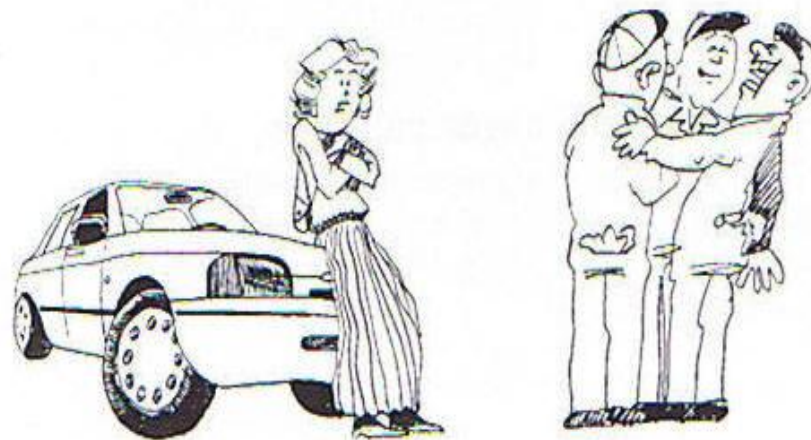
# HVAD ER GOD KUNDESERVICE.

**Hvorfor er det vigtigt med god kundeservice.**

**Hvordan sikrer vi os at kunderne er tilfredse.**

**Er det kunden eller mekanikeren der er problemet.**

**Hvem har ret når konflikten opstår.**



# FORSKNING PÅ OMRÅDET.

**Vidste du at.**

**95 % ville købe bil ved dig igen hvis de problemer kunden har haft er løst tilfredsstillende.**

**70 % hvis reaktionen på et problem kommer for sent**

**Din arbejdsplads KUNNE afhænge af din indsats**

## Har kunden altid ret?

Når man arbejder med klagehåndtering, er der dem, der siger, at kunden altid har ret. Det er selvfølgelig noget sludder. Kunden har langt fra altid ret. Men spørgsmålet er, om det i virkeligheden spiller nogen rolle.

Når en virksomhed står overfor en utilfreds kunde, er virksomhedens klagehåndtering interessant. Virksomheden kan vælge at forsøge at bevise, at virksomheden har ret og at kunden er en klovn. Og virksomheden kan f.eks. udvise empati, forståelse og forsøge at gøre kunden glad igen. Men ikke begge dele.

Når nogle virksomheder bygger på en kultur, hvor de oprigtigt mener, at kunden har ret, er der ikke nødvendigvis tale om, at kunden vil vinde, hvis sagen endte i byretten. Der er tale om, at virksomheden ønsker, at kunden skal blive ved med at være kunde. Og derfor lader kunden blive i troen. Og hvis kunden er utilfreds eller føler sig dårligt behandlet, så er kunden utilfreds og føler sig dårligt behandlet.

En virksomhed kan med fordel øve sig i at anerkende, at en kunde er utilfreds. I at lære af, hvad der har gjort kunden utilfreds og derefter forsøge at tilrettelægge processer, så kunden ikke bliver utilfreds en anden gang. Og i at sende et signal til kunden om, at man som virksomhed sætter pris på kundens budskab. At kunden nu har virksomhedens fulde opmærksomhed. Og at virksomheden sætter pris på, at kunden er kunde.

# ABRAHAM MASLOW.

**Abraham Maslow** var en amerikansk personlighedspsykolog.

Hans hovedværk er ***Motivation and Personality***

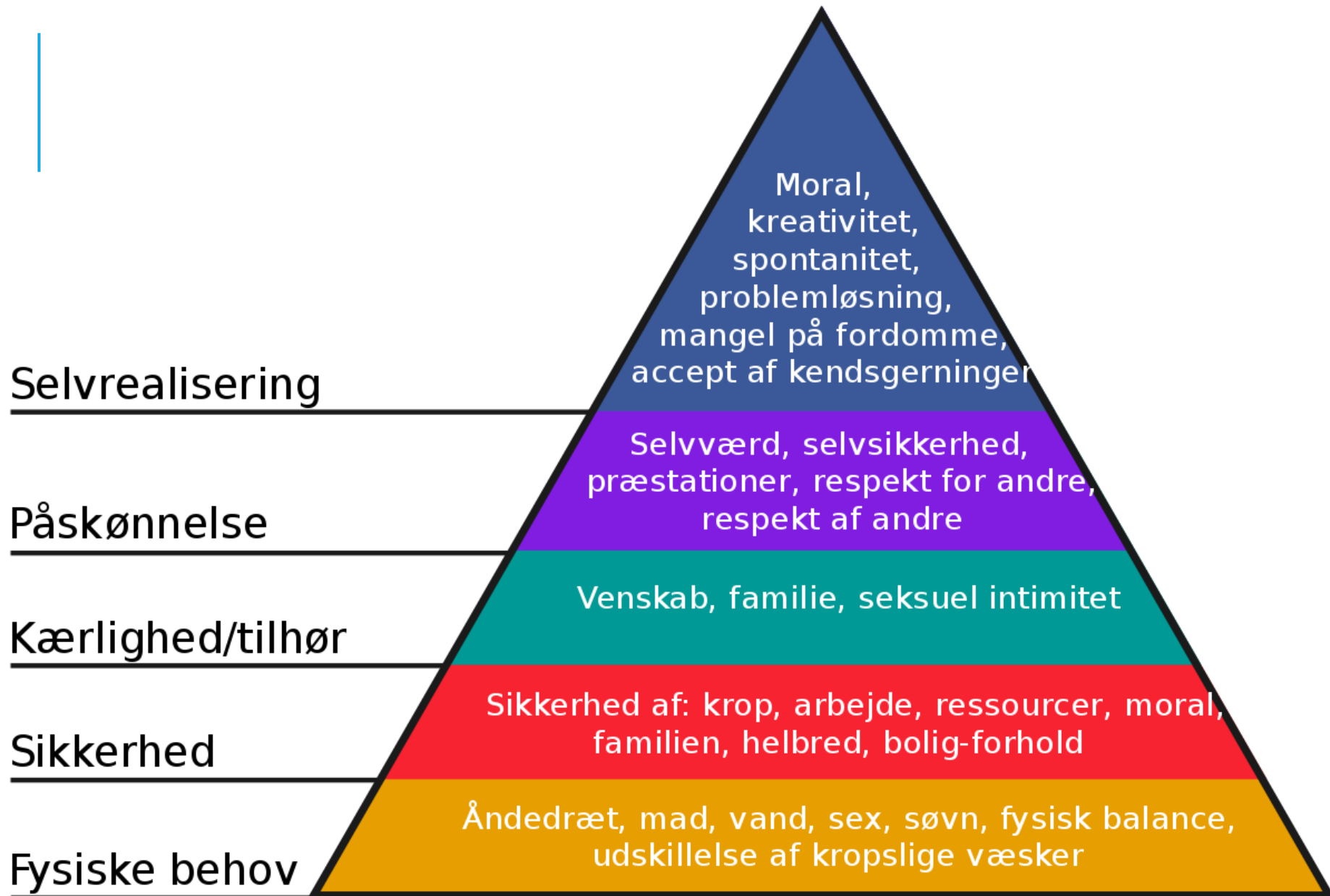
Han fremlægger *behovspyramiden*, som har gjort ham kendt, og hvis bærende idé er, at nogle behov, fx sikkerhed, er stærkere end andre og skal tilfredsstilles, før andre, fx selvrespekt, kan opfyldes.

For at kunne sætte sig ind i de behov som en kunde måtte have, må man selv befinde sig i en udviklingsfase.

Mennesket er af natur underlagt forskellige behov.

Det betyder at nogle behov går forud for andre behov, og at man derfor ikke altid af forskellige grunde vil være i stand til at tænke på kundens behov når ens egen behov ikke er opfyldt.

DOG MÅ VI HUSKE. At lige meget hvordan vi har det, så er det kunden der betaler og derfor er det kunden der er KONGEN på jeres værksted.



# MENNESKETS FYSIOLOGISKE BEHOV.

**Madens betydning for hvordan vi agerer og reagerer.**

**Når manglende søvn bliver et problem.**

**Privatlivets betydning.**

SIKKERHED.

**Tryghedsforhold.**

**Om Ikke at vide hvor man hører til.**

**Beskyttelse af de personlige oplysninger.**

# SOCIALE BEHOV.

**At være en del af et fællesskab.**

**Accept fra kollegaer – venner – familie osv.**

**At kunne dele sine meninger med andre.**

# STATUS / EGO BEHOV.

**At kunne være stolt af sig selv.**

**Værne om sin identitet / personlighed.**

**At opnå status.**

# SELVREALISERING.

**At sætte sig mål for livet.**

**Udvikle – eksperimentere – Kreativitet.**

**At opnå OVERSKUD 😊**

# ELEV OPGAVE.

**Tænk på en situation hvor du IKKE har haft overskud til at servicere dine kunder optimalt.**

**HVAD var problemet.**



TRENDSALES

# KAN MAN SE HVAD KUNDEN TÆNKER



Hvad tænker kunden.

Hvorfor tænker hun sådan.

Hvad kan vi gøre.



<http://www.youtube.com/watch?v=KThIJ5SEsWc>

# KROPSSPROGETS BETYDNING.

Kun 10 % af det der bliver sagt har betydning for det som opfattes af et andet menneske.

90 % af det en anden person opfatter stammer fra den nonverbale kommunikation.

DVS. at dit kropssprog står for 90 % af din person mens kun 10% af din verbale formidling bliver hørt.

MAN kan sige – at din kropslige attitude spiller 9 gange større rolle i en kundes forståelse af dig som det du får sagt.

DERMED ikke sagt at det du siger ikke er vigtigt.



# KUNDER

## Kundeservice

### Kunder

5 udtryk vi ikke bruger til kunder.

1. **Jeg ved det ikke!**

Du efterlader kunden i uvished og frustration. Hvis du ikke skulle kunne løse problemet, hvem så?

2. **Det kan jeg ikke!**

Du kommer til at fremstå ligeglad og uden engagement.

3. **Stilhed!**

Hvis du ikke siger noget kan kunden tro at du har lagt på, har glemt dem eller ikke gider snakke.

4. **Du skal da bare!**

Du pålægger kunden alt ansvar. Kunden kontakter dig netop i håbet om hjælp.

5. **Nej!**

Et negativt svar skaber en negativ stemning og kan smitte af på den du taler med. Modsat skal vi heller ikke pakke det negative svar ind. Vær ærlig, det kommer man længst med. Brug for eksempel vendinger som: Jeg forstår godt din tanke, lad mig prøve at forklare. Eller: Jeg kan desværre ikke imødekomme dit ønske, men lad mig se på hvilken løsning vi kan finde som alternativ.

# KUNDER

## Kundeservice

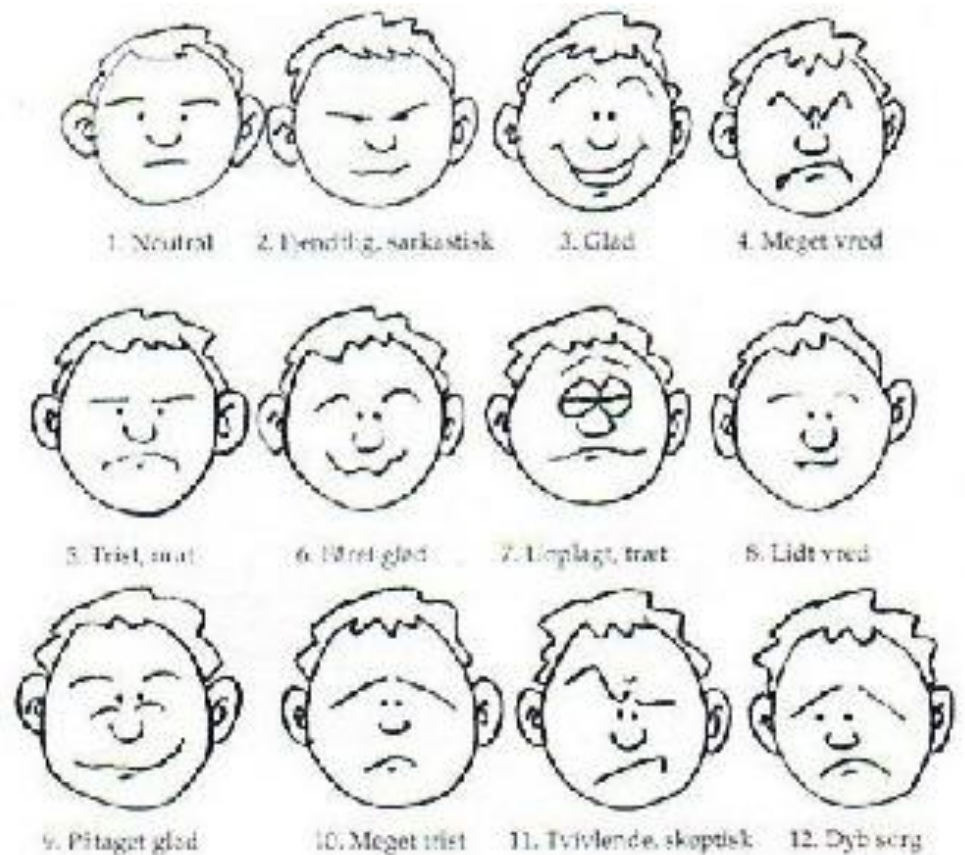
### Kunder

5 udtryk vi gerne bruger til kunder.

1. **Godt spørgsmål, jeg finder ud af det.**
2. **Jeg ville ønske det var muligt, men.....**
3. **Kan du hænge på et øjeblik? (eller start samtale)**
4. **Vi/jeg skal nok sørge for det.**
5. **Vær ærlig, men tænk over hvordan den dårlige nyhed leveres.**

# 12 RIGTIGE.

| Figur nr. | Ansigt udtryk                         |
|-----------|---------------------------------------|
| 3         | Glad ansigt                           |
| 4         | Meget vred ansigt                     |
| 12        | Ansigt der viser sorg / bekymring     |
| 10        | Meget trist udtryk                    |
| 2         | Fjendtlig eller Sarkastisk udtryk     |
| 1         | Neutral / almindeligt ansigts udtryk  |
| 5         | Trist til mode                        |
| 6         | Delvis glad                           |
| 9         | Bekymret glad                         |
| 11        | Tvivlende skeptisk / mistroisk        |
| 7         | Uoplagt eller træt                    |
| 8         | Lettere / en smule vred ansigtsudtryk |



# KROPSSPROG DER TALER.



Hvorfor sker det.

Hvad kan ændre situationen.

Hvad kunne være konsekvensen..

# NÅR KONFLIKTER ACCELERERER.



Hvorfor sker det.

Hvad kan ændre situationen.

# ANERKENDELSE OG FORSONING



Accept og anerkendelse..

De rigtige ord på det rigtige tidspunkt.

# UFORSTÅELIGHED OG DÅRLIG KOMMUNIKATION



Hvad var det du sagde.

Hvad var det jeg hørte.



# DOBBELT KONTINGENS



Jeg hørte dig sige

Jeg toede du mente.

Jeg forstod du sagde.

# SPROG UDEN ORD



# KROPSHOLDNINGER



# DEN TILFREDSE KUNDE ER HENDE SOM BETALER OG KØBER IGEN



# KUNDESERVICE.

**Kundeservice kræver begejstring og personligt engagement.**

**Derfor hænger din kvalitet nøje sammen med hvordan du selv har det.**

**HUSK at din kundeservice aldrig må blive til rutine.**

**At kundeservice også skal udøves på de dage hvor du.**

**Kommer for sent op.**

**Bilen er i stykker.**

**Økonomien dårlig**

**Kæresten er sur ☹**

**Vejret ad H..... til**



# ELEV OPGAVE.

**Diskuter to og to en virksomhed hvor i har haft en god og en dårlig oplevelse.**

**OG diskuter hvad det var der netop gjorde disse to udvalgte til dårlige og gode oplevelser**

# SERVICEKULTUR.

**En servicekultur er den tilstand der i en virksomhed gennemsyrrer alt hvad virksomheden foretager sig.**

**Ligesom mennesker har forskellige karaktertræk har også virksomheden specielle egenskaber der gør værkstedet til noget særligt.**

**Nogle værksteder arbejder målrettet med deres service ydelser, mens andre tager det mere afslappet.**

**Således har EUC Syd også en fælles kurs som hver medarbejder må gøre sit for at tilgodese !!**

**<https://www.eucsyd.dk/om-os/kvalitet/>**

# HVORDAN VURDERES EN VIRKSOMHED

Trustpilot?

Google?



MEST RELEVANT

**AutoMester**

[www.automester.dk](http://www.automester.dk)

★★★★★ 4,9 · [114.602 anmeldelser](#)



MEST RELEVANT

**Din Bilpartner**

[www.dinbilpartner.dk](http://www.dinbilpartner.dk)

★★★★★ 4,9 · [46.506 anmeldelser](#)



MEST RELEVANT

**CarPeople**

[www.carpeople.dk](http://www.carpeople.dk)

★★★★★ 4,9 · [10.523 anmeldelser](#)



MEST RELEVANT

**AutoPartner**

[www.autopartner.dk](http://www.autopartner.dk)

★★★★★ 4,9 · [8.096 anmeldelser](#)

## EN 3. PARTS VURDERING

<http://www.youtube.com/watch?v=2dwTSyddVHI>

# ELEV OPGAVE

**Hvad er jeres værdi sæt / er der krav fra jeres mester til f.eks. service – miljø – taletone – kundepleje osv.**

**Hvordan udfolder værdierne sig i praksis. Dvs. hvad gør i for at indfri værkstedets værdier.**

**HAR i ingen værdisæt – så forsøg om du kunne forestille dig nogle værdier som kunne bidrage til en bedre kundeservice 😊**

# OPHÆVEDE MONOPOLER.

**Tidligere havde kundeservice ikke samme betydning som i dag. Mange ting har forandret sig gennem de sidste 20 år.**

- 1. Da synshaller tabte monopolet.**
- 2. Da DSB fik konkurrence fra Ariva.**
- 3. Da Privatklinikker opstod på baggrund af økonomisk vækst.**
- 4. Hvad er der sket i autobranschen ?????**
- 5. Er vi stadig specialister ?? 4 mærker på samme værksted**
- 6. Garantiordninger og de frie værksteder.**
- 7. Tilgang til beskyttet data (lovkrav)**

# KUNDEPROFILER

**Kundens adfærd, fremtoning, påklædning og måde at agere på er med til at danne et billede af hvem dine kunder er. ??**

- 1. Kunden der snakker og taler hele tiden.**
- 2. Den tavse kunde der er svær at kommunikere med.**
- 3. Kunden der har svært ved at tage en beslutning.**
- 4. Den sure og irritable kunde.**
- 5. Kunden der altid er uenig og elsker at diskutere.**
- 6. Kunden der altid har travlt.**

# HVORFOR KOMMER DIN KUNDE.

**Kundens profil bestemmer ofte også kundens behov. Der er derfor stor lighed mellem din kundes profil og det hun/han forventer af dig**

- 1. Kunden har et ønske om at få repareret sin bil**
- 2. Måske til lavest mulige pris.**
- 3. Kunden tænker ikke på prisen men kvaliteten. (autoriseret)**
- 4. Kunden kommer hos dig fordi hun/han har en ide om at du har forstand på det du laver.**
- 5. Kunden kommer fordi i har en god miljøpolitik.**
- 6. Kunden kommer ved dig fordi hun har en mulighed for lånebil.**
- 7. Kunden kommer ved dig fordi at det har hendes far også gjort.**
- 8. Kunden kommer fordi du taler med hende og ikke til hende.**

# AT SÆTTE SIG I KUNDENS STED.

**Når man arbejder i servicebranchen må man kunne sætte sig i kundens sted.  
HVORDAN opfatter jeg en kunde.**

- 1. Hvordan tror vi at en kunde ønsker at blive behandlet.**
- 2. Hvad gør kunden glad**
- 3. Hvad får kunden til at komme tilbage**

# KUNDESERVICE ER OGSÅ ALT DET VI IKKE GØR

