



## 5 Omgaan met klachten

*Hoe goed je ook je best doet, je kunt niet voorkomen dat je klanten krijgt met klachten. Een klacht is een kans. Wanneer een klant de moeite neemt om zijn onvrede te laten blijken, biedt dat jou de mogelijkheid de klant als-nog tevreden te stellen en de klant te behouden. Ook kun je van klachten leren hoe je het in het vervolg beter kunt doen. Iedere uiting van ontevredenheid van de klant over de producten en diensten van jouw bedrijf is in feite een klacht. Een klant hoeft hiervoor dus niet een officiële brief te sturen; ook terloopse opmerkingen zijn voor jou belangrijk om op te pikken. Natuurlijk streef je ernaar om klachten te voorkomen. Maar mocht je toch een klacht krijgen, dan lees je in dit hoofdstuk hoe je hiermee omgaat.*

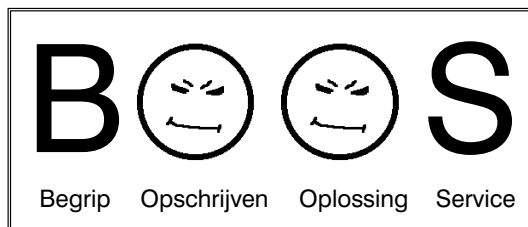
*'Ik ben het nu spuugzat. Ik zit nu al drie weken op die producten te wachten. En vorige keer presteerden jullie het om maar de helft te leveren. En wat denk je: nou krijg ik ook al een aanmaning van jullie op de mat terwijl ik de spullen nog niet eens binnen heb! Ik pik het niet meer. Wat is dat voor bende bij jullie?'*

### 5.1 De BOOS-formule

Een ontevreden klant vertelt gemiddeld tien keer aan een ander door dat hij niet tevreden is. Die vertelt het vervolgens weer drie keer door. Je kunt er daarom maar beter voor zorgen dat ze de klacht aan jou vertellen, zodat je er iets aan kunt doen.

Maar wat doe je vervolgens met zo'n boze klant? Hiervoor kun je de BOOS-formule hanteren (Van Gils, 2005). De letters van het woord BOOS staan voor:

- Begrip
- Opschrijven
- Oplossen
- Service





## 5 Omgaan met klachten

*Hoe goed je ook je best doet, je kunt niet voorkomen dat je klanten krijgt met klachten. Een klacht is een kans. Wanneer een klant de moeite neemt om zijn onvrede te laten blijken, biedt dat jou de mogelijkheid de klant als-nog tevreden te stellen en de klant te behouden. Ook kun je van klachten leren hoe je het in het vervolg beter kunt doen. Iedere uiting van ontevredenheid van de klant over de producten en diensten van jouw bedrijf is in feite een klacht. Een klant hoeft hiervoor dus niet een officiële brief te sturen; ook terloopse opmerkingen zijn voor jou belangrijk om op te pikken. Natuurlijk streef je ernaar om klachten te voorkomen. Maar mocht je toch een klacht krijgen, dan lees je in dit hoofdstuk hoe je hiermee omgaat.*

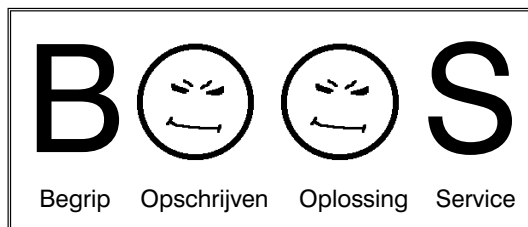
*'Ik ben het nu spuugzat. Ik zit nu al drie weken op die producten te wachten. En vorige keer presteerden jullie het om maar de helft te leveren. En wat denk je: nou krijg ik ook al een aanmaning van jullie op de mat terwijl ik de spullen nog niet eens binnen heb! Ik pik het niet meer. Wat is dat voor bende bij jullie?'*

### 5.1 De BOOS-formule

Een ontevreden klant vertelt gemiddeld tien keer aan een ander door dat hij niet tevreden is. Die vertelt het vervolgens weer drie keer door. Je kunt er daarom maar beter voor zorgen dat ze de klacht aan jou vertellen, zodat je er iets aan kunt doen.

Maar wat doe je vervolgens met zo'n boze klant? Hiervoor kun je de BOOS-formule hanteren (Van Gils, 2005). De letters van het woord BOOS staan voor:

- Begrip
- Opschrijven
- Oplossen
- Service



### • Stap 1: Begrip tonen

Als een klant met een klacht bij je komt, is het belangrijk goed naar de klant te luisteren en hem 'uit te laten razen'. Je kunt iets zeggen in de trant van:

- *'Ik vind dit echt heel vervelend voor u.'*
- *'Ik merk dat u erg boos bent.'*
- *'Ik begrijp wat u bedoelt.'*
- *'Dat is niet zo mooi, hoe is dat precies gebeurd?'*

Maak de klant ook duidelijk dat je goed hebt geluisterd. Herhaal sommige punten die voor hem belangrijk waren: 'Als ik u goed begrepen heb, dan...' Hiermee voelt de klant zich gehoord en serieus genomen. Voor klanten is het ontvangen van begrip en medeleven vaak nog belangrijker dan de oplossing zelf. Het is een kleine moeite en het berokkent je geen schade. Begrip en medeleven tonen is namelijk nog niet hetzelfde als de klant gelijk geven.



### Tips

- Bedank de klant voor het uiten van de klacht. Hij heeft immers de moeite genomen zijn onvrede kenbaar te maken.
- Neem elke klacht serieus. Wat in jouw ogen een kleinigheidje is, kan voor je klant van grote betekenis zijn.
- Neem voldoende de tijd voor het gesprek. Luister goed naar de klant en onderbreek hem niet.
- Een klant heeft niet altijd gelijk, maar het kan lonend zijn hem gelijk te geven.
- Maak van het *klantgedrag* geen probleem. Concentreer je op de inhoud.
- Ben je geïrriteerd? Laat dat dan niet doorklinken in je stem en intonatie. Blijf ook bij onredelijke klanten altijd vriendelijk en ga niet in discussie.
- Laat de klant maar één keer zijn verhaal vertellen.
- Zoek naar punten waar je het samen over eens bent. Hiermee laat je zien dat je de klant begrijpt. Bijvoorbeeld: 'U hebt gelijk: afspraak is afspraak.' Hiermee beken je geen schuld, maar je bent het wel ergens samen over eens.
- Zeg nooit tegen de klant dat de schuld ligt bij een collega, een specifieke afdeling, het proces of het systeem. Het staat niet professioneel en een klant heeft hier geen boodschap aan.
- Doe nooit direct een toezegging over een schadevergoeding.

### • Stap 1: Begrip tonen

Als een klant met een klacht bij je komt, is het belangrijk goed naar de klant te luisteren en hem 'uit te laten razen'. Je kunt iets zeggen in de trant van:

- *'Ik vind dit echt heel vervelend voor u.'*
- *'Ik merk dat u erg boos bent.'*
- *'Ik begrijp wat u bedoelt.'*
- *'Dat is niet zo mooi, hoe is dat precies gebeurd?'*

Maak de klant ook duidelijk dat je goed hebt geluisterd. Herhaal sommige punten die voor hem belangrijk waren: 'Als ik u goed begrepen heb, dan...' Hiermee voelt de klant zich gehoord en serieus genomen. Voor klanten is het ontvangen van begrip en medeleven vaak nog belangrijker dan de oplossing zelf. Het is een kleine moeite en het berokkent je geen schade. Begrip en medeleven tonen is namelijk nog niet hetzelfde als de klant gelijk geven.



#### Tips

- Bedank de klant voor het uiten van de klacht. Hij heeft immers de moeite genomen zijn onvrede kenbaar te maken.
- Neem elke klacht serieus. Wat in jouw ogen een kleinigheidje is, kan voor je klant van grote betekenis zijn.
- Neem voldoende de tijd voor het gesprek. Luister goed naar de klant en onderbreek hem niet.
- Een klant heeft niet altijd gelijk, maar het kan lonend zijn hem gelijk te geven.
- Maak van het *klantgedrag* geen probleem. Concentreer je op de inhoud.
- Ben je geïrriteerd? Laat dat dan niet doorklinken in je stem en intonatie. Blijf ook bij onredelijke klanten altijd vriendelijk en ga niet in discussie.
- Laat de klant maar één keer zijn verhaal vertellen.
- Zoek naar punten waar je het samen over eens bent. Hiermee laat je zien dat je de klant begrijpt. Bijvoorbeeld: 'U hebt gelijk: afspraak is afspraak.' Hiermee beken je geen schuld, maar je bent het wel ergens samen over eens.
- Zeg nooit tegen de klant dat de schuld ligt bij een collega, een specifieke afdeling, het proces of het systeem. Het staat niet professioneel en een klant heeft hier geen boodschap aan.
- Doe nooit direct een toezegging over een schadevergoeding.

### **‘Het kan niet aan het papier liggen’**

Een klant bestelt een paar dozen papier voor de printer. Aan de doos te zien ontvangt hij ander papier dan de vorige keer. Het papier voelt ook wat dikker, korreliger en minder glad aan. De printer loopt vijf keer vast. Of het echt aan het papier ligt weet hij natuurlijk niet, maar bij de zesde keer wil hij voor de zekerheid de kantoorboekhandel vragen om de niet-aangebroke dozen om te ruilen. Maar dat is nog niet zo gemakkelijk – daar is een hele discussie met de kantoorboekhandel voor nodig:

‘Het kan niet dat het papier dikker aanvoelt, het is allebei 80 grams.’

‘Ik weet zeker dat u hetzelfde papier hebt gekregen als de vorige keer.’

‘Ik heb in drie jaar nog nooit klachten gehad over het papier.’

‘Al mijn klanten zijn tevreden over het papier.’

‘Het kan niet aan het papier liggen, dus dan ligt het aan uw printer.’

‘Hoe oud is uw printer eigenlijk?’

Jammer, want door gewoon de dozen om te ruilen had de kantoorboekhandel een tevreden klant gehouden.

#### **• Stap 2: Opschrijven**

Noteer zorgvuldig de klacht van de klant. Zo heb je een document in handen dat je gebruikt bij het verder helpen van de klant. Ook kun je na een jaar terugkijken of er overeenkomsten zijn tussen de binnengekomen klachten. Om de klacht goed te kunnen noteren en te kunnen oplossen heb je voldoende informatie nodig. Als de klant weinig bereidwillig is om de noodzakelijke informatie te geven, kun je laten blijken dat het belangrijk is. Bijvoorbeeld: ‘Ik wil u graag helpen, maar dan heb ik toch echt een paar gegevens nodig.’ Zorg er in ieder geval voor dat je de adresgegevens en het telefoonnummer hebt genoteerd waarop je de klant kunt bereiken. Behandel verder iedere klacht als nieuw, ook wanneer je de onvrede al van meerdere klanten hebt gehoord.

#### **• Stap 3: Oplossen**

Beoordeel de klacht: is deze gegrond? Ga vervolgens na hoe de klacht is ontstaan en wie bij het ontstaan van de klacht betrokken zijn. Bepaal daarna welke mogelijkheden er zijn om de klacht op te lossen. Zoek een oplossing waarmee je de klant tevreden stelt. Of nog beter: vind een oplossing die de verwachtingen van de klant overtreft. Een goed opgevangen, behandelde en opgeloste klacht zorgt voor een positieve uitstraling naar je klanten. Handel klachten ook zo veel mogelijk direct af bij het eer-

ste klantcontact. Hierdoor kan een hechte klantrelatie ontstaan. Een klacht is nooit erg, mits je die maar naar tevredenheid van de klant oplost.



### Tips

- Ontvangt je een schriftelijke klacht? Neem dan binnen maximaal twee dagen telefonisch contact op met de klant. Vertel daarin wat de werkwijze is en de verwachte afhandelingsduur. Wanneer telefonisch contact niet bij het type klacht past, stuur je een ontvangstbevestiging naar de klant waarin je de werkwijze en de afhandelingsduur vermeldt.
- Beloof in het eerste gesprek niet te veel. Immers: gemaakte afspraken moet je nakomen.
- Geef altijd aan een klant door wanneer hij uiterlijk een reactie ontvangt. Houd liever een te ruime dan een te krappe termijn aan: liever te vroeg dan te laat opgelost.
- Kun je een klacht niet direct oplossen? Vertel de klant dan dat je de klacht in behandeling neemt, geef aan wat de werkwijze is, en laat weten wanneer de klant weer iets van je hoort. Soms is het beter niet meteen de oplossing te geven, omdat je daarmee het probleem van de klant bagatelliseert. Zeg bijvoorbeeld: 'Ik vind uw argumenten zo belangrijk dat ik er meteen aan ga werken. Kan ik u hier vandaag of morgen over terugbellen?'
- Vergt de afhandeling toch meer tijd dan gedacht? Communiceer dat dan tijdig aan de klant.
- Vraag ook eens aan de klant aan welke oplossing hij zelf denkt. Dat kan zeer lonend zijn, want de oplossing die de klant geeft is vaak goedkoper dan de oplossing die je zelf had bedacht.
- Probeer creatief te zijn in het tevreden stellen van de klant. Een klein persoonlijk gebaar doet vaak wonderen. Ook voor jezelf is het bevredigend om meer te doen dan de klant verwacht.
- Zorg dat je regelmatig nagaat of er nog klachten openstaan.

### • Stap 4: Service

Een manier om te 'scoren' bij een klant is door service en nazorg te verlenen. Hiermee laat je zien dat je echt betrokken bent bij jouw klanten. Hoe je deze nazorg verleent, lees je in de volgende tips.

### Tips

- Bied een attentie aan waarmee je laat blijken dat je het indienen van de klacht waardeert, het ongemak voor de klant betreurt en dat je het goed met de klant voor hebt. Wanneer je bijvoorbeeld achteraf hoort dat een van jouw obers geknoeid heeft op de kleding van een van je gasten, kun je de stomerijkosten betalen en/of een nieuw etentje aanbieden. Een bosje bloemen doet het ook vaak goed.
- Neem na één of twee weken telefonisch contact op met de klant en vraag of de klacht goed is afgehandeld. Je toont hierbij echt interesse. Noteer het antwoord voor jezelf als een soort tevredenheidsmeting.

### Zo verlies je klanten

Onlangs kwam een vaste klant in een luxe parfumeriezaak. Ze bracht een dure nachtcrème terug waarvan de pot niet open kon. Duidelijk een productiefout. Het omruilen ging erg moeizaam. Ze werd bestookt met vragen: Waarom komt u er zo laat achter? Waarom bent u niet eerder teruggekomen? Weet u zeker dat u het hier hebt gekocht? Waarom hebt u de bon niet bij u? Waar is dan de verpakking? De vrouw moest ook lang wachten; andere klanten kregen – uiteraard (!) – voorrang.

Uiteindelijk kon ze een nieuwe pot nachtcrème krijgen, maar die was niet voorradig. Alleen als ze binnen een week terugkwam kon ze die ophalen, anders verviel het aanbod. Je begrijpt dat deze vrouw geen klant meer is van deze parfumeriezaak. Weet je wat ze het meest heeft gemist als klant? Twee eenvoudige zinnen: 'Wat vervelend voor u.' en 'Dat ga ik voor u oplossen.'

### ‘Hoe loyaal zijn wij naar onze klanten?’

Ik heb ooit een lezing gehouden voor supermarkten over klantloyaliteit. Ik heb toen het woord ‘loyaliteit’ opgezocht in de dikke Van Dale:

*Loyaliteit (de ~ (v.)) 1. Trouw aan een verplichting of verbintenis.*

Maar een relatie van je klanten met jou kun je niet afdwingen. Ik heb het toen omgedraaid: hoe loyaal zijn *wij* eigenlijk naar onze klanten? Toen werd het even stil in de zaal.

Ton Henst  
Eigenaar PLUS Supermarkt in Best

### 5.2 Voorkom aanvallend taalgebruik

Probeer in klachtensituaties aanvallend taalgebruik te vermijden. Dit doe je vooral door met ‘ik-zinnen’ te werken en minder met ‘u-zinnen’. Hierdoor is de kans groter dat je medewerking krijgt. Ook helpt het als je vervelende boodschappen indirect formuleert. Dat betekent dat je een reactie inkleedt, afzwakt of voorziet van redenen.

Voorbeelden:

- Niet: *‘U ziet het fout.’*  
Maar: *‘Ik ben een andere mening toegedaan.’*
- Niet: *‘U hebt mij verkeerd begrepen.’*  
Maar: *‘Ik ben blijkbaar niet duidelijk genoeg geweest.’*
- Niet: *‘Ja maar, waarom komt u daar zo laat mee?’*  
Maar: *‘Jammer dat u niet eerder bent gekomen, dan had ik u eerder hiermee kunnen helpen.’*
- Niet: *‘Komt u morgen maar terug.’*  
Maar: *‘Ziet u kans om morgen terug te komen? Diegene die u het beste kan helpen is er vandaag namelijk niet.’*
- Niet: *‘U hebt deze blouse verkeerd gewassen.’*  
Maar: *‘Misschien was het achteraf gezien beter geweest als u deze blouse op de hand had gewassen.’*



### **‘Praten levert goodwill op’**

We hebben een hoge servicegraad bij Priva. Ook als het tegenzit, is het beter om klanten mee te nemen in het proces. Mijn ervaring is dat klanten niet boos worden als we hen uitleggen dat we moeilijkheden tegenkomen en dat we een product pas later kunnen leveren. Klanten worden wél boos als we dat niet communiceren en op het moment van uitlevering zeggen dat het twee weken later wordt. Dan hebben we een teleurgestelde klant. Het lijkt lastig om te praten met klanten over zaken die even niet goed gaan. Maar het levert juist goodwill op.

Meiny Prins  
Algemeen directeur van Priva

### **‘Ze wisten ook wel dat ik het op zou lossen’**

Het wordt een beetje een traditie dat ik wil opvallen met kerst. Dus heb ik mensen een paar jaar geleden een witte kerst beloofd. Als het die zaterdag geen witte kerst was, mochten mensen hun boodschappen gratis meenemen. Mensen zeiden al tegen mij: ‘Maar Ton, dat kun je niet maken!’

Mijn ideeën ontstaan op de meest waanzinnige momenten. Dit idee kreeg ik toen ik samen met mijn vrouw tv zat te kijken. Ik zag dat ze op tv een spuitkanon met een soort zeepsop gebruikten. Ik dacht: gaaf, dat ga ik ook doen. Dus ik heb de sneeuw over het hele parkeerterrein gespoten. Tot ver in het dorp dwarrelden de sneeuwvlokjes naar beneden en de mensen kwamen natuurlijk allemaal even kijken waar dat vandaan kwam. Het was dölle pret en het viel gigantisch op. Ik zag overal een lach op het gezicht. Ik heb er zelf ook gruwelijk van genoten. Mensen konden ook nog een weekendje Eurodisney en een weekendje naar de sneeuw winnen. Het was met recht een witte kerst.

Alleen... het opruimen daarna was een drama. Ik heb twee fietsen moeten vergoeden die gingen roesten. En je wilt niet weten hoe de ramen van de huizen in de omgeving eruitzagen. Gelukkig geldt dan ook de gunfactor: mensen deden er niet moeilijk over. Waarschijnlijk wisten ze ook wel dat ik het op zou lossen. Ik heb namelijk een hoogwerker laten komen die alle ramen heeft gewassen. Dat was duur, maar ik heb wel weer extra goodwill gekweekt.

Ton Henst  
Eigenaar PLUS Supermarkt in Best