



Csordás Zsuzsanna

# Panaszos ügyfélből elégedett ügyfél?



A követelménymodul megnevezése:

**Az ügyfélszolgálati panasz, reklamáció kezelése**

A követelménymodul száma: 1607-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SZT-005-50



## AZ ÜGYFÉLPANASZBÓL SZÁRMAZÓ INFORMÁCIÓK HASZNOSÍTÁSA. TERMÉK-, SZOLGÁLTATÁS- ÉS/VAGY FOLYAMATFEJLESZTÉS.

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Hogyan lesz a panaszosból elégedett ügyfél? Miért elégedettebb és később lojálisabb az az ügyfél, akinek a panaszát orvosoltuk, mint aki nem panaszkodik?

*A reklamáció általában tartalmazza mindazt, amit az ügyfél a neki nyújtandó szolgáltatásainkról a rendelkezésre álló adatok alapján elképzelt, ám a valóságban nem kapott meg.*

*Elégedett akkor lesz, ha meghalljuk panaszába kódolt üzenetét:*

*"Ha képes volnál teljesíteni azt, amit elvárok tőled, elégedett lennék veled!"*

*Ezért igazán nem haragudhatunk, hiszen mindnyájan arra törekszünk, hogy kielégítsük ügyfeleink igényeit.*

### SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM <sup>1</sup>

#### PANASZOS ÜGYFÉLBŐL ELÉGEDETT ÜGYFÉL?

Mi lehet a célunk?

Az ügyfélpanaszok számának nullára csökkentése, vagy minél több ügyfélpanasz megismerése?

Az ügyfélszolgálati munkában a legnagyobb kihívás talán az, vajon képesek vagyunk-e annak elérésére, hogy az elégedetlenül, gyakran indulatosan jelentkező reklamálót **elégedett, elkötelezett ügyféllé változtassuk.**

---

<sup>1</sup> Forrás: Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása; Gold Invest Tanácsadó Kft; 2000 p.61–121;190

Nem az a baj, hogy az ügyfelek reklamálnak, hanem az, hogy elégedetlenek. Meg kell ismernünk elégedetlenségük okait, ezt pedig nem tudjuk megtenni, ha nem hagyjuk őket reklamálni. Célunk csak az lehet, hogy ismerjünk meg minél több létező ügyfélpanaszt, és ezek felhasználásával, a szolgáltatásminőség javításán keresztül csökkentsük minimálisra a keletkező ügyfélpanaszt.

### Hogyan változtathatjuk a reklamáló ügyfelet hűséges partnerré?

Az egyik legnehezebb része a panaszkezelésnek, hogyan **szereljük le ügyfelünk indulatait**. Hallgassuk végig türelmesen, nézzünk a szemébe, ne vágjunk a szavába, viselkedjünk együttérzően! Ha már tudunk, kérdezzünk olyasmit, ami közelebb visz a probléma megoldásához, és ami a panaszos felé érzékelteti érdeklődésünket.

A **személyes megközelítés** sokat segíthet. Az ügyfélnek éreznie kell, hogy segíteni szeretnénk, és fogunk is. Ez szükséges ahhoz, hogy a reklamálóban a feszültség enyhüljön és képesek legyünk szót érteni vele.

**Udvariasság.** Kulcsszó az ügyfélszolgálaton, kiemelten fontos a panaszkezelésben. A bocsánatkérés, az egyszerű, ügyfél által is érthető fogalmazásmód ugyanúgy része a szakszerű panaszkezelésnek, mint az áru, a szolgáltatás, az ár ismerete.

Legalább ilyen fontos a **megoldás iránti elkötelezettség**. Ügyfelünk akkor hiszi el, hogy segíteni fogunk, ha érzi rajtunk, hogy problémája fontos nekünk.

Ahhoz, hogy jobban megértsük panaszos ügyfeleinket, érdemes megvizsgálni, miért szánják rá magukat olyan nehezen az elégedetlen ügyfelek a reklamálásra. Vajon miért nem jelzi a szolgáltatónak a problémáját a 27 elégedetlenből 26?

- Következményektől, különféle retorzióktól, későbbi bosszútól tartanak
- Nem bíznak a reklamáció eredményes elintézésében
- Sajnálják a reklamációra fordítandó időt, fáradságot
- Szégyellik magukat, hogy ez a helyzet megtörténhetett velük

Leginkább a fenti okokból nem jutnak a cégek az értékes tartalmú visszajelzésekhez. Nézzük, hogyan tudjuk ezt az önmagában sem szép képet végérvényesen elrontani és milyen eszközök segíthetnek a javításában!

Láthatjuk, nem biztos, hogy aki nem reklamál, az feltétlenül elégedett, sőt.

### Milyen hibákat ne kövessünk el semmiképp?

Az udvariasság még kevés. Nagyon oda kell figyelni, hogy a kommunikáció apró részleteiben sem lehetünk **udvariatlanok**. A beszélgetés vezetése pl. nem jelentheti azt, hogy félbeszakítjuk a reklamálót. A beköszönő szöveg is nagyon fontos, ha pl. bemutatkozunk, apróság, de máris adunk egy kis biztonságot, személyességet a kommunikációnak.

Ne **küldözgessük** az ügyfelet. Nem tudja másképp értékelni, azt fogja hinni, le akarjuk rázni. A reklamáló azt szeretné, ha a panaszfelvevő – aki az ügyfél elvárása szerint jól ismeri cége működését, szabályait, munkatársait – kezdene azonnal utánajárni az ügynek. Ha már hibáztunk, legalább úgy javítsuk ki, hogy az a panaszosnak a lehető legkevesebb teendővel járjon.

A **kioktatás** súlyos hiba. Már tudjuk, ügyfeleink milyen nehezen szánják rá magukat panaszkodásra. A maradék kedvük is elvehető tájékozatlanságukat hangsúlyozó, lekezelő magatartással, erre ne is várjuk, nem lehet jól reagálni. Ne feledjük, az esetek többségében az általunk forgalmazott áruval vagy elvégzett szolgáltatással, mi okoztunk valami kellemetlenséget a vevőnek, ezt ne tetézzük azzal, hogy megszegyenítjük, kioktatjuk.

**Ne vonjuk kétségbe a reklamáló állítását!** Egészen biztos, hogy csak felidegesíteni tudjuk ezzel a viselkedéssel panaszosunkat. Nem változtatjuk meg a véleményét azzal, ha nem hiszünk neki. Azt biztosan nem fogja gondolni, hogy segíteni akarunk.

**Ne hárítsuk a felelősséget!** Sem az ügyfélre, sem másokra. A felelősség a miénk, nekünk kell vállalni. Ne keressük a hibát az ügyfélben, nem azért jött hozzánk, hogy meghallgassa, miért tehet ő a hibás működésről. Arra sem kíváncsi, a folyamatban ki hibázott, számára csak az a fontos, hogy az általa elképzelt helyzet álljon helyre.

Semmiképpen **ne vitatkozzunk!** A reklamáció jellegénél fogva magában hordozza a vita lehetőségét. A mi dolgunk ennek megakadályozása. Vitatkozás helyett kérdezzünk inkább. Pl. azt reklamálja felháborodva az ügyfél, hogy kikapcsoltuk a szolgáltatást. Ilyenkor ahelyett, hogy azt mondanánk: *"és miért csodálkozik ezen, hisz nem fizette be a számlát"*, kérdezzük meg, *"mikor és milyen módon fizette be az utolsó számlát"*. Biztosan abba marad a vita, ha neki magának kell kimondania, hogy nem fizetett még.

**Ne harcoljunk** az ügyféllel, hiszen ugyanazon az oldalon állunk! Nélküle semmit nem érnek termékeink, szolgáltatásaink. A konkurencia a másik oldal, nem az ügyfél.

*Számtalan módja van annak, hogyan keserítsük meg egy reklamáló ügyfél életét.*

*De csak egy, – a gyors és korrekt panaszkezelés –, hogy megtartsuk a vásárlót.*

## AZ ÜGYFÉLPANASZBÓL SZÁRMAZÓ INFORMÁCIÓK HASZNOSÍTÁSA

Az ügyfélszolgálaton, panaszirodán, vevőszolgálaton dolgozók, az ügyfelekkel napi kapcsolatban állók általában elismerik, hogy rengeteg információt kapnak ügyfélpanaszok formájában. A "csoomagolással" akadnak gondjaik, de az információtartalom vitathatatlan. A tartós ügyfél elégedettség egyik fontos kulcsa – az adott probléma megoldásán túl – az, hogy képesek vagyunk-e ezt az információ halmazt hasznosítani. Ügyesek akkor vagyunk, ha egyre több (bár szerencsére egyre jelentéktelenebb) kijavítani való hibát találunk, amelyek korrekciója miatt **ügyfeleink mindjobban elköteleződnek cégünk mellett.**

Célunkat leginkább úgy érhetjük el, ha a reklamációkban rejlő információkat kibányásszuk, feldolgozzuk és felhasználjuk a szolgáltatás- és termékminőség fejlesztéséhez.

Nagyon jó módszer lehet erre, ha az ügyfélszolgálat munkatársainak informatikai felületet fejlesztünk az információk rögzítésére. Az informatika segítségével ezután rendszerezett formában, folyamatosan hozzájuthatunk ezekhez.

### **Nézzük meg jellemző példaként, milyen lenne az ideális együttműködés a vállalat PR (Public Relation) tevékenysége és az ügyfélszolgálat között?**

A cégek a külvilág felé magukról jó kép mutatására törekednek. Ezt főként egyirányú információközléssel teszik. Drága, szép, színes prospektusokban, PR-cikkekben, reklámfilmekben állítják maguk, termékük, szolgáltatásuk kiválóságát.

A jó PR-kommunikáció pedig nem lehet egyirányú, nem csak mi beszélünk a külvilághoz. Visszajelzések szerzésére kell törekednünk. A reklamáló ügyfél önként, kéretlenül és ingyen ad visszajelzést.

Az ügyfélszolgálat a PR-tevékenység egyik legfontosabb helyszíne, ott keletkeznek az első benyomások, és ott csapódik le ügyfeink cégünkről, termékeinkről, szolgáltatásainkról, munkatársainkról alkotott véleménye. Nagyon fontos a PR terület és az ügyfélszolgálat együttműködése, ki kell használni megítélésünk formálásához az ügyfélpanaszokban rejlő értékes információkat.

Ügyfeink alkotnak képet rólunk, nem kell nekünk kitalálni, mi a véleményük rólunk. Kérdezzük meg őket akkor, amikor elégedetlenek, amikor reklamálnak, és változtassunk, javítsunk, hogy jobb legyen a kép rólunk.

### **Mi a szerepe az ügyfélpanasznak a marketing munkában?**

A hatékony ügyfélpanasz kezelés a legolcsóbb és legkifizetődőbb piackutatási módszer. Remekül kiegészíti a cég piackutatási tevékenységét. Az ügyfél saját költségére ír, telefonál és kéretlenül közli velünk észrevételeit.

A piackutatásokból származó információk arra a kérdésre adnak választ, mit *szeretnének* tőlünk potenciális ügyfeink. Egy marketingfelmérésre adott pozitív válaszból nem derül ki, hogy leendő ügyfelünk azt a terméket, szolgáltatást valóban megveszi-e majd.

Milyen információt tartalmaz ezzel szemben az ügyfélpanasz?



A panaszban, ha lefejtettünk róla minden érzelmi motívumot, feketén-fehéren ott áll a lényeg: mit *szertetett volna* tőlünk ügyfelünk. Nem feltételezés, hanem közvetlenül megszerzett tapasztalat, ezért információtartalma sokkal értékesebb számunkra, mintha piackutatásból származna, nem szabad veszni hagynunk. Fogadnunk kell, meg kell értenünk, fel kell dolgoznunk, **fel kell használnunk a szolgáltatás-, termék- és folyamatfejlesztés** érdekében. Bátorítani kell ügyfeleinket a rendszeres visszajelzésre, és szakszerűen tudnunk kell alkalmazni is a begyűjtött információkat. El kell juttatnunk a megfelelő helyre, szervezetbe, oda, ahol az észrevétel alapján változtatni lehet, ahol a hibát javítani lehet.

### Hová kerüljön még az ügyfélpanaszban rejtőző információ?

A PR és a marketing tevékenységen kívül számos olyan területe, szervezeti egysége lehet a vállalatnak, ahová nincs közvetlen visszajelzés az általuk az ügyfelek számára végzett munkáról. Ilyenek tipikusan pl. a front office mögött működő back office tevékenységek, ilyen pl. a számlázás, vagy a műszaki területek.

### Hogyan oldjuk meg a rendszeres információáramlást?

A tapasztalat azt mutatja, hogy a legtöbb cégnél megfogalmazódott már az az igény, hogy hasznosítani kellene az ügyfélszolgálaton keletkező ügyfélvisszajelzéseket. Sokat kell tenni azért, hogy ez ne csak igény maradjon.

### Mi okozhatja a problémát, mik a feladatok?

1. Vállalati érdekként kell megfogalmazni az ügyfélvisszajelzés fontosságát!
2. A cél eléréséhez több szervezet munkáját kell összehangolni!
3. Meg kell szervezni az információk összegyűjtését!
4. Meg kell szervezni az információ megfelelő helyre juttatását!
5. Informatikai rendszert kell fejleszteni!
6. Meg kell határozni a szükséges termék-, szolgáltatás-, folyamatfejlesztéseket!
7. Ellenőrizni kell a fejlesztések megtörténtét!

A 3-as és a 4-es pontban megfogalmazott feladatokat egy nagyobb cégnél lehetetlen manuálisan kezelni, óriási energiát, odafigyelést igényel, törvényszerűen nem fog jól, vagy egyáltalán nem fog működni kézi vezérléssel.

Célszerű **informatikai rendszerben gyűjteni** az információkat. A rendszer ugyanis alkalmasá tehető arra, hogy ne úgy gyűljön az információ, mintha egy nagy zsákba dobálnánk szabad szöveges feljegyzéseket kis papírlapokon.

Amennyire lehet, tipizálni kell a várható reklamációkat, így az ügyintéző könnyen, gyorsan kiválaszthatja azokat a rendszerből. Paraméterezéssel nagyon könnyű beállítani, hogy a kiválasztott reklamációk jellemzően mely szakterületekhez kapcsolhatók. Lehetőséget kell biztosítani ahhoz is, hogy az ügyintéző szabadon kiválaszthassa, hogy melyik területet érinti a panasz, és egy leíró mezőbe pár szóban leírhatta a konkrét problémát is.

## PANASZOS ÜGYFÉLBŐL ELÉGEDETT ÜGYFÉL?

Ennyi kategorizált adat már elegendő ahhoz, hogy a rendszer automatikusan, rendszeresen továbbítsa a megfelelő helyre a problémákat. A reklamációtípusok darabszámának változásairól, a szakterületi eloszlásról, visszatérő problémákról **vállalati szintű riportok**, elemzések készíthetők. Napi rutinná válhat a visszajelzések hasznosítása.

Nagyon könnyen mérni lehet a visszatérő problémákat, ne fordulhasson elő, hogy elveszen egy jó szolgáltatás-, termék-, folyamat jobbító ötlet.

Vállalati szintű rendszer esetén (pl. CRM) minden ügyfélkezelő csatorna ügyfélvisszajelzései bekerülhetnek a rendszerbe, nagy értéket teremtve, komoly versenyelőnyt jelentve ezzel a cég számára.

### Összefoglalás

**Az ügyfélpanasz önkéntes és ingyenes segítség, amellyel a reklamáló rámutat bizonyos problémákra, és ezzel lehetővé teszi számunkra, hogy megtudjuk, hogyan tehetnénk őt elégedetté. A reklamációbarát szervezet nemcsak megszerezni igyekszik az ügyfelek visszajelzéseit, de fel is használja azok tanulságait a szolgáltatásfejlesztésben.**

**Vásárlóinkat az hatja meg és köti hozzánk, ha azt látják, hogy az általuk feltárt problémákat megoldottuk, és tanultunk a hibáinkból, nem ismételtjük azokat.<sup>2</sup>**

---

<sup>2</sup> Forrás: Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása; Gold Invest Tanácsadó Kft; 2000 p.102

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. Az elégedetlen ügyfelek nehezen szánják rá magukat a reklamálásra. 27 elégedetlenből 26 nem jelzi panaszát a szolgáltatónak.

Készítsen felmérést környezete életéből vett példákkal! Sorolja fel az utóbbi három hónapban önhöz eljutott, más által kinyilvánított negatív és pozitív észrevételeket! Kérdezze meg a panaszkodókat, reklamáltak-e, ha nem, miért nem tették! Összegezze a hallottakat!

Név	1. ok	2. ok	3. ok	4. ok	Egyéb
⋮					

1. ábra

Vitassák meg tanuló társaikkal az általuk összeszedett példák tapasztalatait!

Végezzék el a gyakorlatot tanuló társaikkal is saját tapasztalatukat, saját megfogalmazott és megreklamált, ill. nem megreklamált eseteiket felhasználva!

2. Tanuló társaikkal kisebb csoportokat alkotva keressenek az interneten reklamációs oldalakat! Válasszanak ki két-három reklamációt, és fogalmazzák meg, mit és hogyan kellene fejlesztenie a vállalatnak, hogy ezek a sérelmek másoknál ne fordulhassanak elő!



1. A probléma rövid leírása \_\_\_\_\_

---

---

1. Javasolt fejlesztés \_\_\_\_\_

---

---

---

2. A probléma rövid leírása \_\_\_\_\_

---

---

2. Javasolt fejlesztés \_\_\_\_\_

---

---

---

3. A probléma rövid leírása \_\_\_\_\_

---

---

3. Javasolt fejlesztés \_\_\_\_\_

---

---

---

3.

*Bizonyára Önnel is előfordult már többször, hogy bosszankodott valamin, s közben megjegyezte, ezt miért nem lehet másképpen csinálni, sokszor ötlete is volt, Ön hogyan csinálná másképpen.*

Saját tapasztalatait felhasználva mondjon példákat olyan vállalati működésbeli problémákra, amelyeket már biztosan sok ügyfél reklamált, és a panaszokban rejlő információkból javítani lehetne! A példákat a



## PANASZOS ÜGYFÉLBŐL ELÉGEDETT ÜGYFÉL?

"B" helyzet: Egy áruház vevőszolgálatára a megvásárolt porszívók egy típusának 90%-át hozzák vissza azzal a panasszal, hogy nem lehet bekapcsolni. Kiderül, hogy egy újfajta biztonsági kapcsoló is van a készüléken, nem túl feltűnő helyen. A bekapcsolást csak ennek elfordítása után lehet elvégezni a megszokott bekapcsoló gombbal.

---

---

---

---

---

---

"C" helyzet: Egy távközlési vállalatnál megnövekszik az automata ügyfél tájékoztató rendszerre érkező panaszok száma. Mindenki arra panaszkodik, hogy megrendelés esetén nem lehet kikeveredni a rendszerből, nem lehet ügyintézőhöz jutni. Nem foglalkoznak vele, tudják, hogy az ügyfelek nem szeretik a géphangot, mindenáron azonnal ügyintézőt szeretnének.

---

---

---

---

---

---

"D" helyzet: Egy pénzügyintézetnél személyes ügyintézés szükséges a folyószámla nyitásához. Ezt követően szinte mindent el lehet intézni telefonon is, de a bizonyos időszakonként lejáró kártyák cseréjét nem. Ahhoz be kell menni. Még hozzá kizárólag abba a bankfiókba lehet, ahol a folyószámlát nyitottuk eredetileg. Egyre több panasz érkezik a kártyacsere során az ügyfelek részéről, hogy mennyire megnehezíti a bank ügyfelei életét, már rég elköltöztek a város másik felére, ott is van ugyanilyen bankfiók, miért nem lehet ott intézni a kártyacsereét.


## MEGOLDÁS

### 1. feladat

Az elemzés eredménye azt fogja mutatni, hogy nagyon kevesen fogalmazzák meg reklamációjukat az illetékesek felé.

Név	Fél a következőkértől	Nem bízik a reklamáció elintézésében	Sajnálja rá az időt	Szégyelli magát	Egyéb
Szabó Gedeon, a szomszéd	x				
Kis Gábor, a főnököm			x		
Apu		x			
Anyu				x	
Zoli, a bátyám			x		
Panni, a húgom				x	
Tomi, a barátom		x			
Csilla, a barátnőm	x				
Joli néni, a másik szomszéd					x
<b>Összesen:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

2. ábra

Ha összehasonlítja az Ön által kitöltött táblázatot ezzel a táblázattal, látni fogja, hogy az Ön által beírt okok is összepárosíthatóak a megoldás táblázatában szereplő okokkal, és kellő nagyságú mintavétel esetén Önnél is a többihez képest kevés kerül az egyéb oszlopba.

Tapasztalni fogja azt is, hogy az észrevételek közt alig lesz pozitív. Az emberek sokkal több embernek adják át negatív, mint pozitív tapasztalataikat.

### 4. feladat

*"A" megoldás:* Lehet létszámot növelni a személyes ügyfélszolgálaton. Lehet telefonos-, vagy internetes ügyintézésre terelni bizonyos ügytípusokat. Lehet növelni a nyitvatartási időt. Fel lehet ajánlani a netes időpontfoglalás lehetőségét. Ha semmilyen megoldás nem jó, el kell költözni másik irodába, de ezt a helyzetet mindenképpen célszerű megszüntetni.

Mindenképpen elemezni érdemes a bejövő ügyeket, és azok ismeretében döntést hozni. Lehet, hogy érdemes körülnézni a működésben, indokolt-e ennyi ügyfélmegkeresés.

*"B" megoldás:* A porszívó általános használati cikk, a felhasználók nem feltétlenül nézik meg a használati utasítást, azt gondolják, csak tudok használni egy porszívót. Az áruházban az eladásra váró porszívókra feltűnő helyen rá kell tenni egy tájékoztató feliratot, hogy van biztonsági kapcsoló, az hol van, és hogyan kell használni. Ezzel egyidejűleg oktatni kell az eladókat, hogy az általuk kiszolgált vevőknek hívják fel a változásra a figyelmét. A vevőszolgálaton úgyszólván le kell bélyegeztetni a garancia papírt. Ha a vevőszolgálatos szól mindenkinek, nem lesz több panasz.

Gyors reakcióval rengeteg későbbi panaszt tudunk megelőzni, megszüntetjük a reklamáció okát, nem lesz elégedetlen a vásárló.

*Példa a "C" megoldásra:* A részletes vizsgálódás során kiderül, hogy van egy bizonyos megrendelés, egy új termék – amiből ráadásul sok megrendelést remél a vállalat –, ami azonosításhoz kötött. Az ügyfél azonosító bebillentyűzése nélkül nem lehet ügyintézőhöz jutni. Az is kiderül viszont, hogy egy rossz paraméterezés miatt a hibátlan azonosítás után sem. Ezért panaszkodtak az ügyfelek, hogy nem jól működik a rendszer.

Erre a helyzetre is igaz, hogy egy adott témában a megnövekedett reklamáció mennyisége is lehet fontos információ.

*"D" megoldás:* A beérkező panaszok remek alkalmat adnak egy informatikai fejlesztés elindítására, melynek használatával bármelyik bankfiókból elérhető a teljes ügyfélnyilvántartás, így már nincs akadálya annak, hogy tetszőleges bankfiókba lehessen bemenni intézni a kártyacserét.

Sok fejlesztés indul el különböző vállalatoknál ügyfél visszajelzés hatására. Ezek biztosan sikeres projektek, hisz növelni fogják az ügyfél elégedettséget.

**ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK****1. feladat**

Az ügyfelektől a reklamáció során begyűjthető, hasznosítható információkat célszerű az ügyintézőknek informatikai rendszerben rögzíteni. Készítsen elvárásokat olyan informatikai felülethez, amely képes egy vállalatnál az ügyfélszolgálatra beérkező panaszokat a cég hasznára fordítani! Milyen adatok rögzítésére legyen alkalmas, milyen fontos funkciókkal rendelkezzen, milyen riportokat lehessen vele készíteni?



MUNKAANYAG



**2. feladat**

Ön egy távközlési szolgáltató vállalat személyes ügyfélszolgálatán dolgozik. Egyik ügyfele magából kikelve, felháborodottan reklamálja, hogy magas a telefonszámlája, ő ennyit nem beszél. Hogyan változtatja a panaszost elégedett ügyfélé? Tanulótársával, szituációs játék formájában oldja meg a reklamációt, ügyeljen közben az elégedettség elnyerésére alkalmas kommunikációs megoldásokra!

Játsszák el a helyzetet úgy is, hogy az ügyintéző elköveti a nem kívánatos kommunikációs hibákat a reklamáció kezelés során!

Beszélgék meg, hogyan élték meg a helyzetet ügyfélként, ügyintézőként!

## MEGOLDÁSOK

### 1. feladat

*Szükséges rögzítendő adatok, funkciók:*

- Reklamáció típusok
- A reklamációhoz kapcsolható szakterületek
- A konkrét panasz leírása
- Automatikus továbbítás az illetékes területhez
- Visszatérő problémák jelzése

*Riportok:*

- Reklamációtípusok darabszámának változás követése
- Reklamációk területi eloszlása
- Visszatérő problémák mennyisége, eloszlása

### 2. feladat

*Az ügyfél elégedettség érdekében alkalmazandó kommunikációs megoldások:*

- az ügyfél indulatainak leszerelése
- személyes megközelítés
- udvariasság
- megoldás iránti elkötelezettség

*Kerülendő kommunikációs hibák:*

- udvariatlanság
- küldözgetés
- kioktatás
- a reklamáló állításának kétségbe vonása
- felelősség áthárítás
- vita, harc

## IRODALOMJEGYZÉK

### FELHASZNÁLT IRODALOM

- Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása. Gold Invest Tanácsadó Kft., 2000.
- Call Center Ismeretek (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

### AJÁNLOTT IRODALOM

- Bohnné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? PublicPress Kft., 2005.
- Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása. Gold Invest Tanácsadó Kft., 2000.
- Call Center Ismeretek (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Telefonos ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

A(z) 1607-06 modul 005-ös szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

<b>A szakképesítés OKJ azonosító száma:</b>	<b>A szakképesítés megnevezése</b>
54 347 01 0010 54 01	Emberi erőforrás ügyfélkapcsolati szakügyintéző
54 347 01 0010 54 02	IT helpdesk ügyfélkapcsolati szakügyintéző
54 347 01 0010 54 03	Távközlési ügyfélkapcsolati szakügyintéző
54 347 01 0010 54 04	Üzleti kommunikációs szakügyintéző
52 347 02 0000 00 00	Személyes ügyfélszolgálati asszisztens
52 347 03 0000 00 00	Telefonos és elektronikus ügyfélkapcsolati asszisztens

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

10 óra

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv  
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának  
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet  
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:  
Nagy László főigazgató