

God service og kundepsykologi

Revideret 15/12 - 2015

God service og kundepsykologi

God kundeservice er ikke kun, at huske og tage skoene af når man går ind, rydde op efter sig, så der er pænt og rent når man går, den del bør man nok forvente som en selvfølge, når man går ind og laver et stykke arbejde i andre menneskers hjem, eller i en virksomhedsejers virksomhed. Men det er selvfølgelig heller ikke uvæsentligt, idet vi kommer i mange forskellige hjem, møder vi jo naturligvis også mange forskellige mennesker og typer. Men almindelig høflighed og et smil kommer man jo altid langt med.

God kundeservice er nok lige så vigtigt, som at der leveres et stykke håndværksmæssigt korrekt udført arbejde, alt arbejde skal som udgangspunkt minimum leveres til kunden, med en mundtlig instruktion hvordan den leverede vare fungerer, hvad kunden skal være opmærksom på, og hvordan installationen skal/bør vedligeholdes, og måske endda lave en serviceaftale, så kunden ikke behøver at gå og tænke på det, kunderne har ofte meget lidt forstand på deres installationer, og lytter derfor til montøren som en fagmand/specialist/ekspert eller endda en meget troværdig rådgiver. Og det er her vi kan lave et ikke uvæsentligt mersalg, vi skal huske på kunden ikke altid kender det nyeste eller det smarteste, men hvis vi kan gøre ham opmærksom på det findes, så har han måske et behov netop dette, og vi kan forøge salget.

Installatørerne er ofte håndværkere og føler sig ikke klædt på til, eller føler sig utrygge ved at skulle "mersælge", da de føler de trænger sig på (at det er grænseoverskridende), men prøv at huske kunderne selv har taget kontakten til montøren, og HAR lukket jer ind i deres hjem, fordi de har et behov, så ville det da være en dårlig forretning, ikke at afdække hele deres behov. Kunderne opfatter det ikke som påtrængende, at man spørger ind til forskellige løsninger, men som god service.

Der findes også firmaer der er MEGET opmærksomme på potentialet i mersalg, der er firmaer der giver deres medarbejdere en kort intro til spørgeteknik, så man hele tiden får kunden til at tale, så montøren kan høre hvad kunden måske havde af behov. Et lille spørgsmål som "var der ellers andet, jeg kunne gøre for dig, nu når jeg er herude", kan være nok til kunden kommer i tanke om et wc der løber, en vandhane der

drypper, eller en hane der ikke vil give varmt vand etc. etc.

Ved at "uddanne" sine folk til at øge mersalget, og klæde dem på med nogle værktøjer, som f.eks. en prisliste med nogle faste priser eller lign. Kan firmaet serviceafdeling typisk forøge deres omsætning med omkring 30 % fra dag til dag, det er jo ikke noget der skal have tid til at nå ud til kunderne, i er der allerede.

Salgskonkurrencer i firmaet, præmier for flest/størst mersalg eller evt. fælleskonkurrencer hvor præmien, er en eller anden form for firmaarrangement, eller måske endda en bonus, er bare nogle af de muligheder der er at hente i de firmaer, der virkeligt har fået øjnene op for mersalg/rådgivning eller hvad vi nu vælger at kalde det. For i virkeligheden er det jo nok i bund og grund blot rådgivning og præsentation af nye varetyper, der giver mersalget. En kunde der får et nyt wc-sæde, og montøren bare har valgt et for ham, vil jo virkeligt ærge sig når han finder ud af, at for få kroner ekstra kunne han havde fået et med soft-close, eller lignende opgaver, hvor vi som montører ikke giver kunde muligheden for at vælge.

Man kunne også lave et lidt større mersalg, hvis man f.eks. står og mangler nogle materialer, i stedet for at køre til grossisten og hente dem, kan man i dag bestille dem, og få dem leveret på adressen, og ofte inden for ½ til en 1 hel time inde i byerne (hvilket vil være penge sparet for kunderne under alle omstændigheder) men i ventetiden kan der jo foretages et energitjek eller lignende, det ville jo være oplagt at se om der er nogle forbedringer på husets installationer der kunne anbefales til kunden, måske forbedre den tekniske isolering, eller nogle gamle pumper der burde skiftes. Til disse energitjek, findes der kurser som FJR-ordningen, "tjek på energien" eller måske en af leverandørernes apps til en ipad eller smartphone.

Men ud over at forøge firmaets indtjening skal vi jo også huske på som nok noget af det vigtigste, nemlig at på denne måde sikre vi arbejdspladser til vores kollegaer og dig selv, og god kundeservice er en uvurderlig markedsføring, idet det hurtigt rygtes.

Den form for rådgivning af kundersom omtalt i dette afsnit er et eget stort emne i branchen i



tiden frem af, for at finde nye forretningsområder og danne et tættere forhold til kunden, det har både grossister som producenter, mesterforeninger og professionelle rådgivningsfirmaer fået øjnene op for, hvorfor de også allesammen udbyder kurser i netop rådgivning/mersalg.