



Útdráttur úr MSc ritgerð í stjórnun og stefnumótun, vor 2004

© Margrétar Reynisdóttur

## Hlusta fyrirtæki á ábendingar viðskiptavina?

Nýta fyrirtæki ábendingar, kvartanir og hrós til að auka samkeppnishæfni?

Rannsóknir þær sem liggja efni ritgerðarinnar til grundvallar sýna á afgerandi hátt fram á að fyrirtæki þurfa að vera stöðugt á tánum til að fá upplýsingar frá viðskiptavinum um hvernig þau geta bætt vörur og þjónustu. Í ritgerðinni er fjallað um hversu mikilvægt það er að bregðast vel við kvörtunum og ábendingum og leysa eins hratt og vel úr þeim og kostur er. Fyrirtæki geta aukið samkeppnishæfni sína með því að líta á viðskiptavin sem kvartar, sem ráðgjafa. Það er þýðingarmikill hluti góðra viðskiptahátta að taka á móti kvörtunum, í sumum tilvikum erfiðum viðskiptavinum, en standa þannig að málum að á endanum hagnist bæði viðskiptavinurinn og fyrirtækið á ábendingunni og aðilar skilji í sátt. Þá er sýnt fram á nauðsyn þess að læra af þeim kvörtunum sem fram koma og nýta þær til þess að bæta vörur eða þjónustu viðkomandi fyrirtækis almennt séð og til framtíðar. Allt stuðlar þetta að því að auka ánægju og efla tryggð viðskiptavina og gera fyrirtækið hæfara til að taka á móti nýjum viðskiptavinum.

Rannsókn var gerð hjá fyrirtækjunum sem tóku þátt í árlegri könnun hjá Íslensku ánægjuvöginni. Niðurstaðan var að almennt voru fyrirtækin ekki að fullnýta þau tækifæri sem felast í að hvetja viðskiptavini til að koma með ábendingar og kvartanir eða þjálfar starfsfólk til að bregðast skjótt og faglega við þegar kvartanir berast. Þá var í mörgum tilvikum ábótavant utanumhaldi um kvartanir og ábendingar og þar með möguleikanum til að nýta slíkar upplýsingar á uppbyggilegan hátt þ.m.t. til vöruþróunar.

Útdrátturinn var aðlagður að efni Dropans.

Margrét Reynisdóttir

MSc í stjórnun og stefnumótun

MSc í alþjóðlegri markaðsfræði

www.gerumbetur.is