



# Forståelse og Håndtering af kundeholdninger



**COWORKING  
PLUS**



Co-funded by  
the European Union

Europa-Kommissionens støtte til produktionen af denne publikation udgør ikke en godkendelse af indholdet, som kun afspejler forfatterens synspunkter, og Kommissionen kan ikke holdes ansvarlig for enhver brug, der måtte blive gjort af oplysningerne heri.



## Instruktioner

*Modulet "Understanding and Managing Customer Attitudes" er designet til at give omfattende træning til personer, der interagerer med kunder i forskellige roller, såsom salgsrepræsentanter, kundeservicemedarbejdere og virksomhedsejere. Modulet har til formål at udstyre deltagerne med den viden og de færdigheder, der er nødvendige for at forstå forskellige kundeholdninger, effektivt håndtere kundeinteraktioner og fremme positive kunderelationer. Modulet består af en kombination af teoretiske koncepter, praktiske eksempler, casestudier og interaktive aktiviteter for at forbedre læringsoplevelsen.*



# Indhold

- Introduktion
- Læringsmål
- Primære ressourcer til denne fjende
- Påvirkninger og farer
- Sådan håndterer du denne fjende
- Succesfulde eksempler
- Referencer





# Introduktion

*Velkommen til "Forståelse og håndtering af kundeholdninger". I dette modul vil vi udforske verden af kundeholdninger og udstyre dig med færdighederne til at håndtere kundeinteraktioner effektivt. Kundens holdninger har stor indflydelse på deres adfærd og tilfredshed. Forståelse af forskellige holdninger er afgørende for kundevendte roller. Dette modul kombinerer teori, praktiske eksempler og interaktive aktiviteter for at fremme engagementet. Til sidst vil du have strategier til at håndtere forskellige holdninger, forbedre kommunikationen og opbygge varige kunderelationer. Lad os sammen låse op for nøglerne til succesfulde kundeinteraktioner.*

*lille introduktion til, hvad vi skal lære i dette modul, beskrivelse af emnet, forbindelse mellem teori og mikrolæringsaktiviteter*





# Mål for læring

- *Definere kundeholdninger og deres indflydelse på virksomhedens succes.*
- *Genkende forskellige typer af kundeholdninger.*
- *Forstå de faktorer, der påvirker kundernes holdninger.*
- *Lær teknikker til at styre og påvirke kundernes holdninger positivt.*
- *Udvikle effektive kommunikationsstrategier til at håndtere kunder med forskellige holdninger.*
- *Identificere strategier til at opbygge langsigtede kunderelationer.*





## PRIMÆRE RESSOURCER TIL DENNE FJENDE

### 1. Akademiske tidsskrifter og forskningsartikler:

"Kundeholdnings indflydelse på kundeloyalitet" af Oliver, Richard L.

"Betydningen af kundeholdning og kundetilfredshed for kundeloyalitet" af Yi, Youjae.

"Forbrugerholdninger og -adfærd: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions" af Ajzen, Icek.

### 2. Bøger:

"Kundetilfredshed er værdiløs, kundeloyalitet er uvurderlig" af Jeffrey Gitomer.

"Kundernes regler: De 39 essentielle regler for at levere sensationel service" af Lee Cockerell.

"Customer Relationship Management: Concepts and Technologies" af Francis Buttle.

### 3. Casestudier:

Harvard Business School: Casestudierne om kundeholdninger, kundetilfredshed og styring af kunderelationer giver eksempler fra den virkelige verden til analyse og diskussion. (<https://www.hbs.edu/faculty/research/Pages/case-method.aspx>)

### 4. Brancherapporter og -undersøgelser:

- Rapporter fra anerkendte markedsundersøgelsesfirmaer som Forrester Research, Gartner og McKinsey & Company giver ofte værdifuld indsigt i kundernes holdninger og adfærd inden for specifikke brancher.

### 5. Professionelle blogs og hjemmesider:

- Blogs og hjemmesider med fokus på kundeoplevelser, såsom CustomerThink, Customer Experience Magazine og Forbes Customer Service, tilbyder mange artikler og ressourcer om at forstå og håndtere kundeholdninger.

### 6. Træningsmaterialer og kurser:

- Træningsmaterialer og kurser fra kundeservice- og salgstræningsorganisationer, såsom Dale Carnegie Training og Customer Service Excellence, kan give struktureret indhold og øvelser, der er designet til at forbedre færdighederne i at håndtere kundeholdninger.

Det er vigtigt at bemærke, at disse primære ressourcer fungerer som referencemateriale til at supplere modulets indhold. Det kan være nødvendigt at skræddersy og tilpasse indholdet baseret på deltagernes specifikke behov og branchens kontekst.



## PÅVIRKNINGER OG FARER

- ✓ **Forkert håndtering af negative holdninger:** Forkert håndtering af negative kundefoldninger kan forværre konflikter og skade forholdet mellem kunde og forretning. Utilstrækkelig løsning eller dårlig kommunikation kan føre til utilfredshed hos kunden, negativ word-of-mouth og potentielt tab af omsætning.
- ✓ **Inkonsekvent anvendelse af strategier:** Inkonsekvent implementering af de strategier, der undervises i på modulet, kan resultere i forskellige kundeoplevelser. Hvis forskellige medarbejdere håndterer kundernes holdninger på forskellige måder, kan det føre til forvirring, inkonsekvens og potentiel utilfredshed blandt kunderne.
- ✓ **Mangel på empati og forståelse:** Hvis man ikke har empati med kunderne og forstår deres unikke perspektiver, kan det hindre en effektiv håndtering af kundernes holdninger. Mangel på empati kan resultere i feilkommunikation, frustration og forpandede muligheder for at imødekomme kundernes behov og bekymringer på passende vis.
- ✓ **Overgeneralisering og stereotypificering:** Der er en fare ved at overgeneralisere eller stereotypisere kunder baseret på deres holdninger. Hvis man behandler alle kunder med lignende holdninger på en ensartet måde, kan det føre til, at man ignorerer individuelle præferencer og behov, hvilket resulterer i suboptimale kundeoplevelser.
- ✓ **Utilstrækkelig monitorering og evaluering:** Uden ordentlig monitorering og evaluering kan det være en udfordring at måle effektiviteten af de strategier, der undervises i på modulet. Regelmæssige vurderings- og feedbackmekanismer bør være på plads for at identificere områder, der kan forbedres, og sikre, at de ønskede resultater opnås.

For at afbøde disse farer og maksimere de positive virkninger er det afgørende at styrke betydningen af empati, aktiv lytning og konsekvent anvendelse af de strategier, der undervises i i modulet. Løbende træning, regelmæssige præstationsvurderinger og feedback-loops kan hjælpe med at håndtere potentielle faldgruber og sikre løbende forbedringer i håndteringen af kundernes attitude.

Ved at anerkende disse påvirkninger og farer og implementere passende foranstaltninger til at håndtere dem, kan organisationer effektivt udnytte den viden, de har fået fra modulet, til at øge kundefilfredsheden, loyaliteten og den overordnede forretningsucces.



## HVORDAN MAN HÅNDRER DENNE FJENDE

- ✓ **Omfattende træning:** Giv dybdegående træning i kundesituationer, der dækker faktorer, der påvirker holdninger, psykologien bag positive og negative holdninger og effektive kommunikationsstrategier.
- ✓ **Rolleøvelser:** Brug simulerede scenarier til at øve dig i at håndtere udfordrende kundesituationer, løse konflikter og anvende effektive kommunikationsteknikker.
- ✓ **Empati og aktiv lytning:** Understreg vigtigheden af empati og aktiv lytning i kundeinteraktioner, så enkeltpersoner kan forstå og håndtere kundernes bekymringer og behov effektivt.
- ✓ **Skræddersyet kommunikation:** Lær deltagerne at tilpasse deres kommunikationsstil til forskellige kundesituationer ved at bruge passende sprog, tone og ikke-verbale signaler.
- ✓ **Strategier til konfliktløsning:** Udstyr enkeltpersoner med effektive konfliktlösningstrategier, såsom at bevare roen, anerkende perspektiver, finde fælles fodslag og tilbyde passende løsninger.
- ✓ **Løbende feedback og forbedring:** Etabler mekanismer til regelmæssig feedback og evaluering for at identificere styrke- og forbedringsområder og finjustere træningsindhold og strategier i overensstemmelse hermed.
- ✓ **Overvågning og evaluering:** Implementer systemer til at måle effektiviteten af strategier til håndtering af kundesituationer ved hjælp af kundetilfredshedsundersøgelser og præstationsmålinger.
- ✓ **Forstærkning og støtte:** Giv løbende forstærkning og støtte gennem genopfriskningskurser, opfølgningssessioner og coaching for at sikre fastholdelse og anvendelse af indlærte færdigheder.
- ✓ **Hold dig opdateret:** Hold træningsindholdet opdateret med den nyeste forskning og branchetendenser for at imødekomme skiftende kundesituationer og -adfærd.
- ✓ **Organisatorisk tilpasning:** Fremme en kundecentreret kultur i hele organisationen og sikre overensstemmelse mellem uddannelsesinitiativer og organisationens politikker og procedurer.

Ved at implementere disse strategier kan organisationer effektivt navigere i udfordringer, øge kundetilfredsheden og drive forretningssucces gennem forbedret forståelse og håndtering af kundesituationer.







## VELLYKKEDE EKSEMPLER

### Succesfuld strategi for anvendelse af evnen til at være kreativ

- ✓ **Vurder organisationens behov:** Begynd med at foretage en grundig vurdering af organisationens nuværende kundeservicepraksis og identificer områder, der kræver forbedring i forståelsen og håndteringen af kundeholdninger.
- ✓ **Tilpasning:** Skræddersy modulets indhold, så det passer til den specifikke branche, kundebase og organisatoriske mål. Inddrag eksempler fra det virkelige liv og casestudier, der vækker genklang hos deltagerne.
- ✓ **Engager ledelsen:** Få støtte og buy-in fra organisationens ledere for at sikre engagement og ressourcer til at implementere modulet effektivt. Understreg kundeholdningens betydning for virksomhedens succes og vigtigheden af træning på dette område.
- ✓ **Kommunikation før træningen:** Kommuniker modulets mål og fordele til deltagerne, før træningen begynder. Det sætter forventninger og skaber entusiasme for læringsoplevelsen.
- ✓ **Anvendelse af scenarier fra det virkelige liv:** Giv deltagerne mulighed for at anvende de begreber og færdigheder, de har lært i modulet, på virkelige scenarier, som de støder på i deres roller. Skab et støttende miljø, hvor de kan søge feedback og vejledning.
- ✓ **Feedback og evaluering:** Etabler feedback-mekanismer til at indsamle input fra deltagerne og måle modulets effektivitet. Brug feedback til at foretage de nødvendige justeringer og forbedringer.
- ✓ **Integration i organisatorisk praksis:** Indarbejd de principper og strategier, der undervises i på modulet, i organisationens kundeservicepolitikker, -procedurer og -træningsprogrammer. Sørg for konsistens på tværs af afdelinger og overensstemmelse med organisationens overordnede mål.
- ✓ **Løbende faglig udvikling:** Tilskynd til løbende faglig udvikling inden for forståelse og håndtering af kundeholdninger. Hold dig opdateret om branchens tendenser, forskning og bedste praksis, og giv muligheder for fortsat læring og forbedring af færdigheder.

Ved at følge denne succesfulde strategi kan organisationer effektivt anvende modulet Understanding and Managing Customer Attitudes, hvilket fører til øget kundetilfredshed, forbedrede relationer og i sidste ende vækst og succes for virksomheden.





# Referencer

- Keiningham, T. L., Aksoy, L., Cooil, B., Andreassen, T. W., & Williams, L. (2007). En holistisk undersøgelse af Net Promoter. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 14(2), 79-89.
  - Homburg, C., & Giering, A. (2001). Personlige karakteristika som moderatorer af forholdet mellem kundetilfredshed og loyalitet - en empirisk analyse. *Psychology & Marketing*, 18(1), 43-66.
  - Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Skabelse af kundeoplevelser: Determinanter, dynamik og ledelsesstrategier. *Journal of Retailing*, 85(1), 31-41.
  - Oliver, R. L. (1999). Hvor kommer forbrugerloyaliteten fra? *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
  - Kim, W. G., & Cha, Y. (2002). Forudsætninger for og konsekvenser af relationskvalitet i hotelbranchen. *International Journal of Hospitality Management*, 21(3), 321-338.
  - Bolton, R. N., & Lemon, K. N. (1999). En dynamisk model for kunders brug af serviceydelser: Brug som en forløber for og konsekvens af tilfredshed. *Journal of Marketing Research*, 36(2), 171-186.
-