

JP Aarhus



Pasta Diem serverer **autentisk italiensk mad**, men prisen er for høj i forhold til kvaliteten.

TAKEAWAY-TJEK, side 7

Havnens Fiskehus i Aarhus vil udvide med både vinhandel og udeservering.

AARHUS, side 2



Næsten 12.000 løbere deltog søndag i **Aarhus City Halvmaraton**. AARHUS, side 4-5

Kunsten at forstå kunden

Entreprenørvirksomheden Raunstrup sender sine håndværkere på skolebænken for at lære dem, hvordan de undgår konflikter og misforståelser. Det handler om at sætte sig i kundens sted, forklarer divisionschef Kurt Vahlun Sørensen (tv.) og tømrer Brian Amdi Kjeldsen. ERHVERVSLIV, side 6

Erhvervs**liv**

Håndværkere på skolebænken for at undgå konflikter med kunder

Misforståelser mellem håndværkere og kunder giver ofte anledning til klager. Derfor sender entreprenørkoncernen Raunstrup fra Aarhus sine medarbejdere på kursus.

HENRIK GRØNVALD

henrik.groenvald@jp.dk

Skarpsleben kommunikation er et godt redskab at have i værktøjskassen, hvis håndværkere skal undgå uoverensstemmelser og konflikter med kunderne.

For at give bedre kundeoplevelser og reducere antallet af klagesager er entreprenørkoncernen Raunstrup i Aarhus Nord i gang med at efteruddanne sine 300 medarbejdere.

»Vi er rigtig mange dygtige håndværksvirksomheder på markedet, og det forventes, at alle leverer et fejlfrit stykke

håndværksarbejde,« fortæller adm. direktør Søren Kristensen.

»Der, hvor vi vil adskille os, er på kundeoplevelsen – at vores kunder ikke kun får udført et stykke arbejde, udbedret en forsikringskade eller lignende, men at de også føler sig trygge og informeret i hvert led af processen,« siger administrerende direktør Søren Kristensen.

Raunstrup har de seneste tre år været igennem en transformation fra traditionel håndværksvirksomhed til serviceorganisation.

Samtidig er kundetilfredsheden ifølge direktøren steget markant i samme periode.

60 på skolebænken

På en Net Promoter Score, som i intervallet minus 100 til plus 100 angiver, i hvor høj grad kunder vil anbefale en virksomhed, ligger tilfredsheden nu i intervallet 60-80. Den lå i 2015 på minus 21.

Efteruddannelsen hos ud-

dannelsesinstitutionen Dania i Silkeborg sker i første omgang for medarbejdere i divisionen for bygningservice. 60 har allerede været på skolebænken, men på sigt skal alle 300 medarbejdere igennem kommunikations- og kundetilfredshedsuddannelsen.

Ifølge divisionschef Kurt Vahlun Sørensen skal håndværkerne bl.a. lære at sætte sig i kundens sted.

»Mange ting er en selvfølge for os, fordi vi laver det hele tiden, men det er det ikke nødvendigvis for kunden. Tømrerne mener måske, at de har forklaret, hvad der skulle laves, men kunden forstod det bare ikke eller forventede noget andet,« siger Kurt Vahlun Sørensen.

Desuden anvender håndværkere fagudtryk, som ikke siger kunderne noget. For håndværkere er der også ting, som er en selvfølge og derfor ikke nævnes.

»Når vi skal lægge et trægulv, er det for os naturligt, at der er knaster i træet. Men

det ved kunden ikke nødvendigvis, og det skal tømreren gøre tydeligt.«

En anden vigtig del af kurset er konflikthåndtering.

En anden jargon

»Hvis en kunde er ophidset, kan det skyldes, at kunden er usikker på, hvad der skal laves og måske er bange for, at det ikke er dækket af forsikringen,« fortæller divisionschefen.

»En håndværker kan godt have en anden jargon end hr. og fru Hansen. I mødet med en frustreret kunde kunne nogle af håndværkerne godt reagere på nøjagtig samme måde. I stedet for at hoppe med og blive lige så ophidset, kan håndværkeren også bevare roen og overveje, hvordan han kan få dæmpet gemmytterne.«

I den gode kundeoplevelse ligger også at holde kunden opdateret omkring det videre forløb – ikke mindst hvornår der er håndværkere i huset, og hvornår de ikke kommer.

»Nogle håndværkere har et

dårligt ry i forhold til at komme til tiden. Hvis vi ikke kommer til den aftalte tid mandag kl. 7, kan det være en enormt dårlig oplevelse for kunden, som måske har taget fri fra arbejde, fordi der kommer håndværkere. Derfor er det vigtigt, at vores medarbejdere forstår, hvor vigtigt det er at overholde de aftaler, vi laver med vores kunder,« fortæller Kurt Vahlun Sørensen.

»Og når man forlader arbejdspladsen, er det en god idé at fortælle kunden, at man kommer igen i morgen, og hvad der så bliver lavet. Hvis man bare pakker værktøjet sammen og kører, bliver kunden usikker på, hvornår man kommer igen.«

Glad og positiv

Tømrer Brian Amdi Kjeldsen, der kører for firmaet som håndværkstaksator i forsikrings-sager, var på kursus i efteråret. Han fortæller, at han er blevet mere opmærksom på at undgå misforståelser.

»Folk er tit forvirrede over,

hvad der skal ske i forhold til deres skade. Der gælder det om at få sig forklaret rigtigt fra starten, så de er klar over, hvordan vi vil håndtere deres sag. Det er meget vigtigt for det videre forløb, og der har jeg lært rigtig meget af kurset,« fortæller han.

Attituden spiller også en stor rolle, når han ringer på hos en kunde, der har anmeldt en skade på sit hus.

»Det er vigtigt, at man er glad og positiv. Det giver en anden oplevelse, end hvis man er lidt afvisende og negativ,« siger Brian Amdi Kjeldsen.

Der skal være styr på det

Han understreger, at god kundebehandling ikke handler om at være gavmild i forhold til selve forsikrings-sagen.

»Det er min opgave at give dem, hvad de er berettiget til, og derefter at få det løst på bedst mulige måde. Kunderne skal have en god fornemmelse af, at der er styr på det, når jeg tager derfra.«

”

Folk er tit forvirrede over, hvad der skal ske i forhold til deres skade. Der gælder det om at få sig forklaret rigtigt fra starten.

Brian Amdi Kjeldsen, håndværkstaksator



Tømrer Brian Amdi Kjeldsen er håndværkstaksator i forsikrings-sager. Han er blevet mere bevidst om at have en positiv attitude, når han ringer på hos en kunde. Foto: Stine Rasmussen