



**ÞJÓNUSTA VIÐ VIÐSKIPTAVINI
HJÁLPARGÖGN OG GÁTLISTAR**

Efnisyfirlit

1 Þjónustugæði.....	2
1.1 Að skapa ánægju hjá viðskiptavinum	3
1.2 Gæðastefna fyrirtækis - dæmi (Ingvar Helgason ehf.)	4
2 Leiðbeiningar varðandi pantanir og fyrirspurnir.....	5
2.1 Pöntunarferli í síma eða í gegnum netið	5
2.1.1. Staðfesting pöntunar	6
2.2 Símsvörun - dæmi (Greifinn veitingahús)	6
3 Upplýsingar um vöru og þjónustu.....	8
3.1 Upplýsingamappa fyrir almenna þjónustu - dæmi um innihald	8
3.2 Upplýsingamappa fyrir gististaði - dæmi um innihald.....	9
4 Upplýsingar um séróskir viðskiptavina.....	11
5 Kvartanir	12
5.1 Meðhöndlun kvartana - dæmi	12

1 Þjónustugæði

Hægt er að skilgreina þjónustugæði sem mismuninn á væntingum viðskiptavina á þjónustu og mati þeirra á veittri þjónustu, það er frammistöðu fyrirtækisins.

Þeir þættir sem hafa hve mest áhrif á mat viðskiptavina á þjónustugæðum og ánægju eru:

- Áreiðanleiki
- Viðbragðsflýtir
- Ásýnd
- Traust
- Viðmót

Viðskiptavinirnir eru mikilvægir hverju fyrirtæki. Undir þjónustusamskipti flokkast öll samskipti við viðskiptavininn, s.s augliti til auglitis, í síma, í gegnum tölvupóst og önnur bréfaskipti. Áríðandi er að fyrirtæki hugsi vel um sína viðskiptavini og uppfylli óskir þeirra og þarfir. Það skilar sér í tryggð viðskiptavina. Aðilar í ferðaþjónustu þurfa að vera meðvitaðir um:

- Að uppfylla þarf mismunandi þarfir viðskiptavina.
- Að samskipti við viðskiptavini þurfa rétta nálgun.
- Að mikilvægt er að halda skrár yfir viðskiptavini.
- Að veita upplýsingar.
- Að veita ráðleggingar.
- Að taka við og senda skilaboð.
- Að bjóða aðstoð.
- Að leysa vandamál sem upp koma.
- Að eiga við óánægða viðskiptavini.
- Að bjóða auka þjónustu.

Mikilvægt er að komið sé fram við viðskiptavini með sérþarfir eins og aðra viðskiptavini. Allir viðskiptavinir eiga rétt á fyrsta flokks þjónustu. Mismunandi getur verið hvað um er að ræða; fatlað fólk, fólk með sérþarfir, fólk með ung börn o.s.frv. Ávinningur af góðri þjónustu skilar sér t.d. með:

- Aukinni sölu.
- Ánægðum viðskiptavinum.
- Fleiri viðskiptavinum sem koma aftur og aftur.
- Betri ímynd.
- Samkeppnisforskoti.

Mikilvægt er að allt starfsfólk sýni þjónustulund gagnvart hvert öðru. Það skilar sér m.a. með:

- Jákvæðu starfsumhverfi.
- Ánægjulegra og skilvirkara vinnumhverfi.
- Aukinni starfsánægju.
- Auknum möguleika á starfsframa innan fyrirtækis.

Talið er að á fyrstu **sjö sekúndunum** móti einstaklingur sér skoðun á nýjum viðmælanda og því er mikilvægt að þær sekúndur gefi það besta til kynna. Viðskiptavinur metur gjarnan þann sem þjónustuna veitir út frá eftirtöldum atriðum:

- Klæðnaði
- Hreinlæti
- Persónulegum eiginleikum
- Framkomu
- Hegðun

Gott er að hafa eftirfarandi í huga:

- Gakktu hreint til verks, vertu góð fyrirmynd.
- Snyrtilegur klæðnaður og hreinlæti skiptir máli.
- Heilsaðu alltaf viðskiptavininum um leið og hann mætir á svæðið.
- Ef þú ert upptekin(n) í verkefni, láttu viðskiptavininn vita að þú vitir af honum.
- Taktu á móti viðskiptavinum með jákvæðu hugarfari.
- Bregstu ávallt vel við, haltu ró þinni þótt viðskiptavinir gerist ágengir.
- Taktu þér góðan tíma í að kynnst því sem fyrirtækið hefur upp á að bjóða bæði þjónustu og vöru, það skilar sér í samskiptum við viðskiptavini og veitir þeim meiri trú og ánægju.
- Mundu að þitt samstarfsfólk eru þínir viðskiptavinir líka og þess vegna ber að sýna þeim sömu tillitsemi og utanaðkomandi viðskiptavinum.
- Geymdu álag og leiða lund heima.
- BROSTU 😊

Í samskiptum við viðskiptavini þarf að huga að eftirfarandi atriðum:

- Að vanda málfar.
- Að beita röddinni á viðeigandi hátt.
- Að nota hik og þagnir á viðeigandi hátt.
- Líkamlegri tjáningu.

Einnig er mikilvægt að:

- Vinna af nákvæmni.
- Kunna að hlusta.
- Svара og spyrja viðeigandi spurninga.
- Sýna jákvætt viðmót.

1.1 Að skapa ánægju hjá viðskiptavinum

Nokkur lykilatriði sem geta verið hjálpleg við að gera viðskiptavininn ánægðan:

- **Augnsamband** - reyndu að ná augnsambandi við viðskiptavininn um leið og hann gengur inn.
- **Móttaka** - heilsaðu um leið og þú getur, þannig sýnir þú að viðskiptavinurinn er mikilvægur.
- **Fjarlægð** - hvorki vera of nálægt né of langt í burtu frá viðskiptavininum.

- **Snerting** - reyndu að heilsa með handabandi ef það er mögulegt.
- **Rödd** - notaðu röddina á áhrifaríkan hátt, með einlægni og af áhuga.
- **Truflun** - ef þú leyfir truflun þá heldur viðskiptavinurinn að hann sé ekki mikilvægur.
- **Nöfn** - notaðu nafn viðskiptavinarins ef þú getur.
- **Þjónusta** - komdu eins fram við alla - þú veist aldrei hver verður þinn næsti viðskiptavinur.
- **Hlustun** - sýndu viðskiptavininum að þú hafir verið að hlusta.
- **Framkoma og útlit** – umhverfi skal vera hreint og snyrtilegt og starfsfólk vel til fara.
- **Viðbrögð** - þurfa að vera skjót og örugg.
- **Takk fyrir** - er það síðasta sem viðskiptavinur þinn á að heyra þig segja.

Þessi atriði eiga almennt við ef um vestræna viðskiptavini er að ræða. Varðandi áherslur í samskiptum við viðskiptavini af öðrum uppruna er bent á ritið Mismunandi menningarheimar, samskipti og þjónusta.

1.2 Gæðastefna fyrirtækis - dæmi fengið að láni úr bókinni *Þjónusta – Fjöregg viðskiptalífsins – Kvartanir og ábendingar eru uppspretta framfara og sóknar* (Margrét Reynisdóttir, 2008). Sjá umfjöllun um bókina [HÉR](#)

- Fyrirtækið veitir framúrskarandi þjónustu, og hefur áreiðanleika og arðsemi af starfseminni sem leiðarljós að árangursríku starfi.
- Fyrirtækið stefnir að því að vera leiðandi á sínu sviði og hefur á að skipa sérhæft og ánægt starfsfólk sem setur viðskiptavininn í öndvegi.
- Fyrirtækið uppfyllir þær opinberu kröfur sem gilda um reksturinn hverju sinni og sýnir samfélagslega ábyrgð.
- Allir starfsmenn fyrirtækisins bera ábyrgð á því að gæðastefnunni sé framfylgt.

Gæðamarkmið

- Að uppfylla væntingar viðskiptavina og leitast við að fara fram úr þeim með afburða þjónustu.
- Að skilgreina og skrá það verklag og verklagsreglur sem mikilvægar eru til stjórnunar varðandi þjónustu fyrirtækisins.
- Að koma á stefnu innan fyrirtækisins sem stuðlar að ábyrgð og þátttöku allra samstarfsmanna í framkvæmd gæðastefnu þess.

Leiðir

Einu sinni á ári, samhliða árlegri áætlunargerð, fara stjórnendur yfir alla þætti rekstrarins og meta hvort gæðamarkmið hafi náðst. Gerð er verkefnaáætlun með nákvæmum tímasetningum þar sem fram kemur hvernig staðið verður að því að ná settum markmiðum.

Heimildir: GEMS Guidance for Educators: Mentors and Students: Students logbook – Hospitality and tourism, Impra Nýsköpunarmiðstöð - www.nmi.is, *Þjónusta* - Fjöregg viðskiptalífsins. Ábendingar og kvartanir viðskiptavina eru uppspretta framfara og sóknar. (2008). Höfundur: Margrét Reynisdóttir – www.gerumbetur.is

2 Leiðbeiningar varðandi pantanir og fyrirspurnir

Samskipti við viðskiptavinum hafa breyst. Öryggi og hraði upplýsinga hefur aukist en viðskiptavinurinn er eftir sem áður í fyrirrúmi. Meðhöndlun upplýsinga, pantana og kvartana skal vera fyrirfram mótuð og ljóst þarf að vera hvar ábyrgð liggur.

- Þekkingarmiðlun og skráning innan fyrirtækisins skal vera gagnsæ og nýttast öllum hlutaðeigandi.
- Þegar pöntunum og fyrirspurnum er sinnt skal viðskiptavinurinn ávallt vera í fyrirrúmi.
- Tekið er við fyrirspurnum, þeim svarað, komið í ferli eða bent er á viðeigandi aðila eða lausnir.
- Þjónustupöntunum er komið í ferli til viðeigandi aðila eða skráðar í þar til gert verkbókhalddskerfi.
- Sölupantanir, tímapantanir eða bókanir eru skráðar í tölvukerfi.

Ef um fjarveru starfsmanna, annríki, veikindi o.þ.h. er að ræða skal tryggt að viðskiptavinir geti náð sambandi við fyrirtækið, m.a. með því að:

- Símtöl séu áframsend.
- Tekið sé við skilaboðum.
- Fyrirspurnum komið í réttan farveg.
- Upplýsingum um tölvupóst komið á framfæri.

Allir starfsmenn ættu að nota fyrirtækismerkið (lógó) og vera með samhæfða undirskrift í tölvupósti. Einnig þurfa að koma fram upplýsingar um heimilisfang, símanúmer, netfang, veffang eða annað sem stjórnendur ákveða. Gagnvirk samskipti auðvelda svörun og flýta þar með fyrir þjónustu, sem skilar sér í ánægðari og tryggari viðskiptavinum.

2.1 Pöntunarferli í síma eða í gegnum netið

Þegar símapöntun fer fram er mögulegt að fá allar upplýsingar jafnóðum en öðru máli gegnir um það ferli sem fram fer á netinu. Þess vegna skulu kaupendur á internetinu jafnan eiga þess kost fyrir

stofnun samnings að gera leiðréttingar á upplýsingum sem þeir hafa slegið inn. Til að tryggja það skal seljandi haga ferli við pantanir þannig að kaupandi staðfesti pöntun sína tvisvar.

1. Kaupandi skal þannig fyrst þurfa að staðfesta sérstaklega innihald pöntunar og því næst pöntunina sjálfa.
2. Þegar kaupandi staðfestir innihald pöntunar skal birta honum útdrátt úr pöntuninni, kaupverð vöru eða þjónustu og gefa til kynna að varan sé ekki fáanleg, sé um það að ræða. Kaupendur skulu eiga þess kost að hverfa frá pöntuninni á þessu stigi og/ eða varðveita hana án þess að til samnings sé stofnað.

2.1.1. Staðfesting pöntunar

Þegar kaupandi hefur staðfest pöntunina sjálfa skal seljandi án tafar senda kaupanda rafræna staðfestingu á að hann hafi mótttekið pöntunina. Staðfesting á móttöku pöntunar skal hafa að geyma meginatriði pöntunar, þ.m.t.:

- Nafn og heimilisfang seljanda.
- Helstu eiginleika (innihald) þeirrar vöru eða þjónustu sem samningurinn tekur til.
- Ábyrgð og þjónustu sem seljandi veitir eftir að kaup á vöru eða þjónustu hafa farið fram.
- Verð vöru eða þjónustu.
- Fyrirkomulag á greiðslu, afhendingu og afhendingartíma.
- Rétt kaupanda til að falla frá samningi.
- Skilyrði fyrir uppsögn samnings ef um er að ræða ótímabundinn samning eða samning sem er til lengri tíma en eins árs, eða vara ekki fáanleg.
- Kaupandi skal í síðasta lagi við afhendingu vöru eða þjónustu eiga þess kost að fá í hendur skriflega útgáfu af þeim upplýsingum sem fram koma í rafrænni staðfestingu á móttöku pöntunar og/ eða varðveita slíkar upplýsingar á varanlegum miðli sem er fáanlegur og aðgengilegur kaupandanum.

2.2 Símsvörun Greifinn veitingahús - dæmi fengið að láni úr ritinu: *Þjónustugæði – Samkeppnisforskot og velgengni* (Margrét Reynisdóttir, 2006 bls. 23) Ritið má hlaða niður [HÉR](#).

- Það á alltaf að vera hægt að ná í Greifann innan 4 hringinga.
- Heilsuð kurteislega með því að segja: „Greifinn góðan dag/ gott kvöld .
- Fáðu nægar upplýsingar frá viðmælanda til að beina erindinu á réttan aðila ef þið getið ekki leyst úr því sjálf.
- Takið skilaboð markvisst niður:
 - Hver tók skilaboð og hvenær.
 - Hver hringdi og hvaða erindi.
 - Símanúmer, ef hringja á í viðkomandi.
 - Verið kurteis og glaðvær í viðmóti og kveðjið á viðeigandi hátt.

- Leitist við að hafa notalegt hljóðumhverfi og látið ekki heyrast skvaldur, köll, skræki eða annan hávaða í bakgrunni símtals.
- Setjið símsvarann á eftir lokun, kynning á símsvara á að vera skýrt framsett, kurteislega orðuð og bakgrunnur án skruðninga eða annarra truflana.
- Mundu að þú ert í raun þjónn þó svo að pöntun fari fram í gegnum síma.
- **Borðapöntun/ veislupjónusta.**
 - Borðapöntun - skráið niður viðeigandi upplýsingar og raðið í dagsetningaröð, nafn og símanúmer, fjölda gesta og tilefni, (ef við á), dagsetningu og tíma.
 - Endurtakið pöntunina fyrir gestinn og látið hann staðfesta hana, til að forðast misskilning.
 - Kveðjið á viðeigandi hátt, t.d. „verið velcomin“, „hlökkum til að sjá ykkur“, o.s.frv.
- **Heimsendingarpjónusta/ sóttar pantanir**
 - Takið niður upplýsingar og skráið pizza pöntun samkvæmt innskráningarkerfi GREIFANS.
 - Yfirfarið pöntun og fáið staðfestingu viðskiptavinarins á réttri skráningu, til að koma í veg fyrir mistök.
 - Fylgist með hve löngum biðtíma má búast við og varið viðskiptavininn við ef biðtíminn er lengri en venjulega gerist (25-35 mínútur). Gefið frekar upp lengri tíma en styttri til að geta komið viðskiptavininum á óvart.
 - Kveðjið á viðeigandi hátt, t.d. með því að segja: „Verði þér/ ykkur að góðu“, „gjörðu svo vel“ eða annað sem betur á við.

Heimildir: Ritari ehf; Samtök ferðapjónustunnar; Stefnumótun í netviðskiptum: Forskot á þínum forsendum Texta- og vinnubók. Höfundar: Karl Friðriksson og Jón Hreinsson, Þjónustugæði - Samkeppnisforskot og velgengni (2006). Höfundur: Margrét Reynisdóttir – www.gerumbetur.is

3 Upplýsingar um vöru og þjónustu

Sú þjónusta sem er í boði hjá fyrirtæki og í nágrenni þess ætti að vera viðskiptavinum ljós svo og upplýsingar um aðra þá þjónustu eða viðburði sem eru á svæðinu og gestir gætu notið.

Markaðsstofur landshlutanna, upplýsingamiðstöðvar og flestar heimasíður sveitarfélaganna miðla upplýsingum um þá viðburði sem eru í gangi á hverju svæði fyrir sig. Vel fram settar upplýsingar, hvort sem þær eru í möppu eða á upplýsingatöflu, efla virðisauka viðkomandi fyrirtækis og nærsamfélagsins alls. Mjög mikilvægt er að yfirfara allar upplýsingar reglulega, og setja þær fram á snyrtilegan og aðgengilegan hátt.

3.1 Upplýsingamappa fyrir almenna þjónustu - dæmi um innihald

- Opnunartími
- Eru veitingar seldar á staðnum?
 - Ef já, vera með sýnishorn af matseðli
- Eru drykkir seldir á staðnum, áfengi?
- Verslun með sælgæti/ minjagripi/ handverk/ matvöru
- Aðgangur að interneti á staðnum (þ.m.t. leiðbeiningar og upplýsingar um kostnað)
- Afþreying sem er í boði hjá fyrirtækinu sem og í nærumhverfinu
 - Tegund afþreyingar
 - Tímaáætlun
 - Aðgangseyrir
 - Hvað er innifalið?
 - Möguleg nánari lýsing
 - Þurfa viðskiptavinir að vera útbúnir sérstaklega, hvernig?
 - Hvað er þeim látið í té?
 - Einhver öryggisatriði sem þarf að hafa í huga?
- Eitthvað sem einkennir staðinn/ svæðið ?
- Sérstaða í mat og drykk?
- Góðar gönguleiðir í nágrenninu/ gönguleiðakort
- Örnefni þekktra staða og vísa á þá/ góðir útsýnisstaðir/ útsýnisskífa
- Hvar er næsti banki/ hraðbanki/ apótek/ sundlaug/ matvöruverslun o.fl.
- Söfn/ setur/ sýningar af ýmsu tagi
- Árlegir viðburðir í nágrenninu
- Reglur um tapað/fundið
- Farangursgeymsla á staðnum

Upplýsingar um alla þá þjónustu og aðstöðu sem í boði er ætti að vera að finna í upplýsingamöppu fyrir gesti.

3.2 Upplýsingamappa fyrir gististaði - dæmi um innihald

- Að skrá sig út (*check out*)
- Aðgengi að interneti (þ.m.t. leiðbeiningar og upplýsingar um kostnað)
- Aðstaða til að laga kaffi/te
- Aðstaða fyrir börn (t.d. barnarúm, barnastóll)
- Akstursþjónusta
- Apótek
- Bankaviðskipti
- Bílastæði (þ.m.t. bílastæði fyrir heimsóknir)
- Bókanir
- Dagleg þjónusta
- DVD/myndbönd/blu-ray sýningartækni
- Endurvinnsla
- Farangursgeymsla
- Greiðsluleiðir (t.d. tekið við kreditkortum, erlendum gjaldeyri, greiðslumiðum (voucher))
- Guðsþjónustur
- Gæludýr
- Hárskeri/hársnyrting
- Hárpurrka (til afnota fyrir gesti)
- Herbergjaþjónusta
- Heitir pottar (umgengis- og notkunarreglur)
- Leikaðstaða fyrir börn
- Ljósritun
- Matreiðsla
- Matseðill
- Morgunverður
- Nestiskörfur
- Neyðarútgangar
- Nudd/gufubað/heitir pottar
- Opnunartímar gestamóttöku
- Pósthús
- Rafstraumur (220)
- Reglur varðandi reykingar
- Rýming húsnæðis
- Sjónvarpsrásir
- Smaréttir og drykkir
- Snyrtivörur í boði
- Straujárn/straubretti
- Sundlaug (opnunartímar, öryggisatriði)
- Tannlæknir
- Tapað / fundið
- Umgengisreglur
- Útvarp (til afnota fyrir gesti)
- Vakningarþjónusta
- Viðbrögð við jarðskjálfta eða annarri náttúrvá sem hætta stafar af á svæðinu
- Þvottaþjónusta og eða þurrhreinsun
- Þvottaðstaða
- Öryggishólf

- Saga svæðisins/byggingarinnar/fyrirtækisins
- Upplýsingar fyrir ferðafólk (þar á meðal fræðsla um helstu ferðamannasvæði í grenndinni með leiðbeiningum um staðsetningu og fjarlægð)
- Upplýsingar um neyðaraðstoð (t.d. sjúkrahús, læknavakt, neyðarnúmer, apótek, hvernig hafa skal samband við móttöku)
- Upplýsingar um flugvelli

Upplýsingar um alla þá aðstöðu og þjónustu sem í boði er ætti að vera að finna í upplýsingamöppu fyrir gesti.

4 Upplýsingar um séróskir viðskiptavina

Gjarnan er talað um að það sé tíu sinnum dýrara fyrir fyrirtæki að leita nýrra viðskiptavina heldur en að hlúa að þeim sem þegar eru í viðskiptum. Liður í því að byggja upp sterk viðskiptatengsl er að veita reglulegum viðskiptavinum ávallt góða þjónustu.

- Mikilvægt er að þekkja þarfir og séróskir tryggra viðskiptavina.
- Þjónusta umfram væntingar skapar tryggð.
- Kvörtun er tækifæri til að bæta vörur og þjónustu.
- Ánægðir viðskiptavinir breiða út gott orðspor.

Dæmi:

- Sá sem skiptir t.d. við sama veitingastaðinn til lengri tíma, áttar sig fljótlega á því við hvaða borð honum þykir best að sitja.
- Viðskiptavinur bílaleigu vill hugsanlega alltaf ákveðna tegund bíls, e.t.v. bara sjálfskiptan bíl og jafnvel þarf hann að geta tekið bílinn á flugvelli þegar afgreiðsla bílaleigunnar er ekki opin.

Hugsanlega hafa þessir viðskiptavinir aðrar sérþarfir en slíkt lærist þjónustufólki fljótt, sem auðveldar því að veita úrvalsþjónustu.

Bókunarkerfi fyrirtækja eru gjarnan með upplýsingar um heimilisfang, símanúmer o.fl. en gott er að fyrirtæki komi sér upp gagnabanka sem hefur að geyma upplýsingar um séróskir fastra viðskiptavina. Þá þarf að skrá í hverju þarfirnar og séróskirnar felast og tryggja það að rétta starfsfólki sé með á nótunum því það er ekki nóg að fáir yfirmenn viti um það sem e.t.v. aðrir eiga að uppfylla.

4.1 Upplýsingar um séróskir viðskiptavina - dæmi um gagnabanka

Nafn	
Símanúmer	
Séróskir	
Annað	

Heimildir: Nýsköpunarmiðstöð Íslands - www.nmi.is, Margrét Reynisdóttir – www.gerumbetur.is

5 Kvartanir

Mikilvægt er að meðhöndlun kvartana einkennist af kurteisi, trú, fagmennsku og öryggi. Úrbótaferlið þarf að vera skjótvirkt, skýrt og afmarkað og öllum starfsmönnum í þjónustunni þarf að vera ljóst hvert hlutverk þeirra er, hve langt þeir mega ganga í að bæta fyrir það sem miður hefur farið, og getað tileinkað sér það umsvifalaust. Starfsfólk þarf að vera meðvitað um eftirtalda þætti:

- Að skilja hvernig gæðapjónusta er veitt.
- Að læra hagnýt ráð til að veita gæðapjónustu.
- Að kunna að taka við kvörtunum.
- Að kunna að nýta kvartanir til bóta fyrir fyrirtækið og til að öðlast trygga viðskiptavinum.
- Að kunna að leysa úr kvörtunum á farsælan hátt.
- Að gera greinarmun á kröfuhörðum og reiðum viðskiptavinum og kunna að leysa úr kröfum slíkra viðskiptavina svo vel fari.
- Að ná tökum á tækni til að stýra samtölum.
- Að geta sagt nei á kurteislegan hátt.
- Að koma óvinsælum skilaboðum frá sér á öruggan hátt.
- Að breyta vandamálum í tækifæri.

Umkvartanir og ábendingar geta í flestum tilfellum verið mikils virði. Þær geta verið uppspretta framfara ef rétt er brugðist við þeim. Með kvörtunum viðskiptavina veitist fyrirtækinu tækifæri til að bæta fyrir mistökin og læra af þeim og í kjölfarið getur það bætt framleiðsluna/ þjónustuna, og þar með eflt samkeppnishæfni sína. Mikilvægt er að veita viðskiptavinum athygli og reyna að átta sig sem best á þörfum þeirra og væntingum.

Geti starfsmaður ekki svarað fyrirspurn eða kvörtun er mikilvægt að hann viti hvenær á að vísa viðskiptavinum til næsta yfirmanns.

5.1 Meðhöndlun kvartana - dæmi

Við meðhöndlun kvartana skal ávallt hafa eftirfarandi þætti í huga:

- Hlusta vandlega á viðskiptavininn.
- Afsaka alla jafna öll óþægindi sem orðið hafa.
- Láta viðskiptavininn vita að málið verði fullkomlega kannað og leiðrétt ef mögulegt er.
- Reyna að átta sig á vandamálinu frá sjónarhóli viðskiptavinarins.
- Halda rósemd og ekki rökræða við viðskiptavininn.
- Finna lausn á vandamálinu, spyrja viðskiptavininn hvað **hann** vilji og veita honum það ef mögulegt er, ef ekki skaltu útskýra hvers vegna.
- Komast að samkomulagi við viðskiptavininn, ekki taka þátt í kvörtun hans því þá er hætt á að vandamálið hlaði utan á sig. Dæmi: “Ég veit hvað þú meinar ég er sjálf(ur) alltaf að hrasa um vírinn og framkvæmdastjórinn hefur enn ekki gert neitt í þessu”.
- Vera heiðarleg (ur) og ekki gefa loforð sem ekki er hægt að standa við.

Heimildir: Capacent, Neytendablaðið 2007, Þekkingarmiðlun, Margrét Reynisdóttir (2008), . Þjónusta – Fjöregg viðskiptalífsins. Kvartanir og ábendingar og ábendingar eru uppspretta framfar a og sóknar www.gerumbetur.is