

Många olika slags besvärliga kundrelationer i butiksarbete

Många butiksanställda ägnar en stor del av sin tid åt att bemöta kunder och ofta upplevs dessa möten som trevliga för båda parter, men ibland upplevs de som besvärliga. I en ny studie från Lunds universitet beskrivs olika typer av besvärliga kundrelationer och deras anledningar vid två bensinstationer, en större livsmedelsbutik och en hem-elektronikbutik.

Olika slags besvärliga kundrelationer

Det är tydligt att det finns tre olika typer av besvärliga kundrelationer: Dels *problem*, dvs. sådana som hotar eller påverkar butikernas grundläggande funktioner, t.ex. skadegörelse, bedrägerier och stölder. Dels *krångel*, dvs. de dagligen förekommande otacksamma och nonchalanta kunderna. Dels *besvärligheter*, vilka karakteriseras av att de leder till starkare emotionella reaktioner från de anställda, t.ex. rasistiska kunder eller de som skäller för att något saknas i sortimentet.

De besvärliga kundrelationerna döljs

Studien visar att chefer och ledningsgrupper åtgärdar vissa besvärliga kundrelationer snabbare och effektivare än andra. De åtgärdar snabbt olika typer av problem såsom skadegörelse och rån, vilket kan te sig naturligt då de hotar butikernas grundläggande funktioner, samtidigt som de ofta överlåter hanteringen av krångel och besvärligheter till de anställda. Det finns ofta även en uppfattning om att de är en del av det naturliga dagliga arbetet i en butik och att man inte ska prata om det med kollegor och ledning.

– De anställda väljer att tiga om det eftersom de är rädda för att uppfattas som att de inte klarar sitt jobb om de klagar alltför mycket på besvärliga kunder, säger **Ann-Mari Sellerberg**, professor vid **Lunds universitet** och projektledare för studien.

Organisatoriska anledningar

Utgångspunkten i undersökningen är att de besvärliga relationerna inte enbart beror på kundernas personliga egenskaper. De kan även bero på att teknisk utrustning inte fungerar (t.ex. kortläsare i kassor) eller att information till kunder är bristfällig (t.ex. om regler för köp av vissa varor). De kan även sammanhålla med ideologin om att ”kunden alltid har rätt.”

Psykosocialt belastande

De besvärliga kundrelationerna är i stort sett dagligen förekommande och de innebär en psykosocial belastning för de anställda. Det kan vara svårt att inte ta åt sig personligt av besvärliga kunder och att hålla tillbaka sin egen irritation.

Det är viktigt att ledningen vidmakthåller en levande diskussion om vilka besvärligheter som förekommer och hur de kan motverkas. Därigenom kan man även förbereda nyanställd personal och kanske behålla fler av dem på längre sikt.

Rapporten ”Besvärliga kundbeteenden” ingår i forskningssatsningen ”Handeln som arbetsplats”, som finansieras av Handels Utvecklingsråd, och finns att ladda ned i sin helhet på www.hur.nu

För ytterligare information och kommentarer kontakta:

Jenny Dahlerus, informatör, Handels Utvecklingsråd, 010-471 86 29, jenny.dahlerus@hur.nu
Ann-Mari Sellerberg, professor, Lunds universitet, 046-222 88 68, ann_mari.sellerberg@soc.lu.se

Handels Utvecklingsråd är en av Sveriges största finansörer av handelsforskning. 15 miljoner kronor betalas årligen ut till olika forskningsprojekt. Handels Utvecklingsråd är en kollektivavtalsstiftelse som består av arbetsgivarorganisationerna Svensk Handel och Arbetsgivarförbundet KFO, samt arbetstagarorganisationerna Akademikerförbunden, Handelsanställdas förbund och Unionen.