

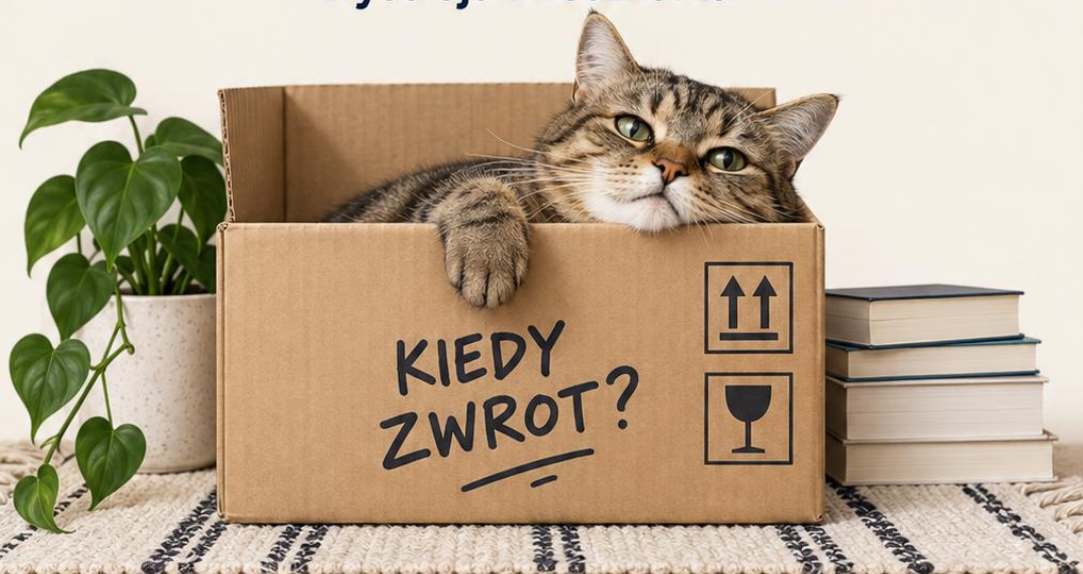
Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

Seria poradników z przymrużeniem oka ;)

Chcę To Zwrócić, Ale Sklep Ma Inne Plany

Jak ogarnąć zwroty, reklamacje i kontakt ze
sprzedawcą bez odkładania sprawy do chwili,
gdy pudełko staje się elementem
wystroju mieszkania



**Mamy problem. Ale spokojnie.
Da się go rozwiązać i jeszcze będzie
z czego się pośmiać.**

Chcę To Zwrócić, Ale Sklep Ma Inne Plany

Jak ogarnąć zwroty, reklamacje i kontakt
ze sprzedawcą bez odkładania sprawy do
chwili, gdy pudełko staje się elementem
wystroju mieszkania

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

SPIS TREŚCI

INTRO	5
Rozdział 1 - Zwrot, reklamacja czy zupełnie inna historia?	11
Rozdział 2 - Najdroższe słowo: później	18
Rozdział 3 - Paragon, pudełko i inne talizmany.....	26
Rozdział 4 - Nie pisz aktu oskarżenia	34
Rozdział 5 - To nie do nas, proszę dzwonić gdzie indziej	42
Rozdział 6 - Chatbot rozumie. Tylko nie wiadomo co	50
Rozdział 7 - Regulamin nie jest ustawą	58
Rozdział 8 - Śrubokręt nie jest formularzem reklamacyjnym	66
Rozdział 9 - Reklamacja ma czegoś chcieć	74
Rozdział 10 - Zwrot zaczyna się przed paczkomatem	82
Rozdział 11 - „Reklamacja odrzucona” to nie wyrok	90
Rozdział 12 - Eskalacja bez palenia mostów	98
Rozdział 13 - Gdzie są moje pieniądze?	107
Rozdział 14 - Kupiłem na platformie. Ale od kogo?	115
Rozdział 15 - Faktura nie kasuje człowieka	123
Rozdział 16 - Subskrypcji nie odeślesz paczkomatem	131
Rozdział 17 - Masz rację. Ale ile ona kosztuje?	140
Rozdział 18 - System, który pamięta za ciebie	148
Rozdział 19 - Najlepsza reklamacja zaczyna się przed zakupem	156

Rozdział 20 - Problem? Dobra. Co robię teraz?	165
---	-----

INTRO

Masz w domu pudełko. Na początku było zwykłym pudełkiem po rzeczy, którą zamierzałeś zwrócić. Potem minęły trzy dni i pudełko zostało przesunięte z przedpokoju do salonu, ponieważ w przedpokoju przeszkadzało. Po tygodniu położyłeś na nim jakąś torbę, dwa dokumenty i kabel, którego przeznaczenia nie zna już nawet producent. Po dwóch tygodniach pudełko oficjalnie weszło w skład wyposażenia mieszkania i gdyby ktoś je teraz zabrał, prawdopodobnie przez chwilę czułbyś, że „czegoś tu brakuje”. W środku nadal znajduje się przedmiot, którego nie chcesz, który nie działa tak, jak powinien, albo który miał wyglądać zupełnie inaczej niż wygląda, ale między tobą a rozwiązaniem problemu stoi potężna konstrukcja administracyjna składająca się z paragonu, regulaminu, formularza, maila, hasła do konta i niewygodnego pytania: „A co właściwie mam im napisać?”. W tej chwili zwrot przestaje być prostą czynnością logistyczną, a zaczyna przypominać projekt infrastrukturalny finansowany ze środków Unii Europejskiej. Wiesz, że trzeba coś zrobić. Tylko nie dzisiaj, bo dzisiaj już trochę późno, jutro masz dużo pracy, a poza tym wypadałoby najpierw znaleźć numer zamówienia.

Numer zamówienia oczywiście znajduje się w mailu, który również trzeba znaleźć. Otwierasz skrzynkę, wpisujesz nazwę sklepu i otrzymujesz trzydzieści siedem wiadomości: „Dziękujemy za zakup”, „Twoje zamówienie jest w drodze”, „Oceń kuriera”, „Tylko dziś minus 20%”, „Tęsknimy za Tobą”, choć rozstaliście się zaledwie w zeszły czwartek, oraz newsletter informujący o kolekcji produktów, których nie potrzebowałeś przed otwarciem maila, ale teraz zaczynasz się zastanawiać. Po siedmiu minutach orientujesz

się, że miałeś dokonać zwrotu, a nie kupować lampkę. Zamykasz skrzynkę, bo temat zaczął robić się męczący. Tak powstaje jedna z najbardziej niezwykłych kategorii własności: rzeczy, których człowiek nie chce, ale mimo to przechowuje je miesiącami wyłącznie dlatego, że kontakt ze sprzedawcą wydaje się bardziej irytujący niż codzienne patrzenie na niechciany zakup. Ekonomicznie nie ma to większego sensu. Psychologicznie jest aż nazbyt logiczne. Problem nie polega zwykle na tym, że nie wiesz, czym jest zwrot albo reklamacja. Problem polega na tym, że każde z tych słów uruchamia w głowie mały dział administracji, który natychmiast prosi o przełożenie sprawy na później.

Sprawę komplikuje fakt, że „chcę to oddać” może oznaczać kilka zupełnie różnych sytuacji. Czasem po prostu zmieniasz zdanie. Czasem produkt jest wadliwy. Czasem dostałeś nie to, co zamawiałeś, czegoś brakuje albo opis produktu i rzeczywistość spotkały się ze sobą wyłącznie na zdjęciu reklamowym. Czasem kupiłeś coś w internecie, czasem w sklepie stacjonarnym, czasem od firmy, a czasem sytuacja ma inne szczegóły, które naprawdę mają znaczenie. I właśnie tutaj wiele osób wykonuje pierwszy ruch, który z pozoru wygląda rozsądnie: zaczyna czytać wszystko naraz. Regulamin. FAQ. Komentarze pod postem sprzed czterech lat. Forum, na którym użytkownik „Prawnik1987” napisał dziewięć akapitów wielkimi literami. Po trzydziestu minutach wiesz mniej niż na początku, za to masz silne przekonanie, że ktoś gdzieś próbuje cię oszukać. Ta książka nie będzie uczyć cię zdobywania doktoratu z regulaminów. Chodzi o coś znacznie bardziej użytecznego: nauczyć się szybko rozpoznawać, z jaką sprawą masz do czynienia, znaleźć informacje rzeczywiście potrzebne do działania i wykonać następny krok, zanim emocjonalna

temperatura urośnie do poziomu, przy którym zaczynasz pisać wiadomość od słów „NIGDY WIĘCEJ”.

Bo drugi problem pojawia się wtedy, gdy jednak postanawiasz działać. Człowiek, który przez dwanaście dni odkładał wysłanie jednego maila, potrafi trzynastego dnia usiąść do niego z energią prawnika prowadzącego proces stulecia. „Szanowni Państwo, jestem GŁĘBOKO ROZCZAROWANY...” - i już po pierwszym zdaniu wiadomo, że wieczór będzie długi. Zaczynasz od historii zakupu, następnie opisujesz oczekiwania, swoje rozczarowanie, stan współczesnego handlu i być może ogólną kondycję moralną ludzkości. Sprzedawca potrzebował numeru zamówienia i dwóch zdań o problemie, ale dostał autobiografię klienta w trzech aktach. To zrozumiałe: im dłużej coś odkładamy, tym większy ciężar emocjonalny przypisujemy zadaniu. Prosty kontakt zaczyna symbolizować wszystkie wcześniejsze frustracje, więc zamiast załatwić sprawę, próbujemy jednocześnie wygrać debatę, odzyskać pieniądze, wychować firmę i doprowadzić do reformy całego systemu obsługi klienta. Ambitnie. Niekoniecznie skutecznie.

Na drugim krańcu znajduje się strategia „będę maksymalnie miły i może samo się uda”. Piszesz: „Dzień dobry, przepraszam, że przeszkadzam, mam takie malutkie pytanko, pewnie to moja wina, ale chyba urządzenie nie działa, chociaż oczywiście mogę się mylić”. Po chwili prawie proponujesz, że sam naprawisz produkt, żeby pracownik sklepu nie miał dodatkowych obowiązków. Uprzejmość jest świetna. Rezygnowanie z jasności, żeby przypadkiem nikogo nie zdenerwować, już mniej. Dobra wiadomość do sprzedawcy nie musi być ani agresywna, ani uniżona. Powinna być przede wszystkim czytelna: co kupiłeś, co się stało, czego oczekujesz i jakie informacje dołączasz. Kilka

konkretnych zdań bardzo często robi większą robotę niż pół strony emocjonalnych ornamentów. Nie dlatego, że masz pisać jak automat. Dlatego, że po drugiej stronie również siedzi człowiek, który próbuje zrozumieć, co właściwie ma zrobić z twoją sprawą.

Jest też problem bardziej przyziemny: bałagan dowodowy. Potwierdzenie zakupu gdzieś było. Zdjęcie wady masz, ale zrobione przy takim świetle, że wygląda jak fotografia niezidentyfikowanego obiektu latającego. Opakowanie zostało. Instrukcja być może również. Etykieta kurierska leży w szufladzie z rzeczami, które „mogą się kiedyś przydać”, czyli w miejscu, gdzie trafiają stare baterie, trzy śrubki i klucz do czegoś, czego już nie posiadasz. Kiedy każda informacja znajduje się gdzie indziej, rozpoczęcie sprawy wymaga serii małych decyzji, a mózg bardzo chętnie interpretuje serię małych decyzji jako doskonały powód, żeby zrobić herbatę. Dlatego jednym z najważniejszych celów tej książki będzie zamiana rozproszonego chaosu w prosty proces. Nie będziemy budować centrum dowodzenia z segregatorami oznaczonymi „ZWROTY Q3”. Będziemy szukać minimalnego zestawu informacji, który pozwala ruszyć z miejsca i nie wracać pięć razy po kolejny numer, zdjęcie albo dokument.

Najbardziej zdradliwe jest jednak przekonanie, że sprawą warto zająć się dopiero wtedy, gdy będziesz mieć odpowiednio dużo czasu i energii. To piękny plan, ponieważ zakłada istnienie tajemniczego dnia, w którym człowiek budzi się wypoczęty, skrzynka mailowa jest pusta, nikt niczego od niego nie chce, a on z radością oznajmia: „Wspaniale, dzisiejsze popołudnie poświęcę procedurze reklamacyjnej”. Jeżeli taki dzień istnieje, prawdopodobnie obchodzony jest raz na sto lat. W praktyce większość tych

spraw trzeba załatwiać pomiędzy normalnym życiem: pracą, zakupami, obiadem, telefonem od rodziny i przypomnieniem, że pranie od wczoraj czeka w pralce na rozwój sytuacji. Dlatego potrzebujesz nie idealnych warunków, tylko sposobu działania przy warunkach przeciętnych. Czasem będzie to pełne przygotowanie sprawy od początku do końca. Czasem tylko znalezienie potwierdzenia zakupu i wrzucenie go do jednego folderu. Czasem wysłanie krótkiej wiadomości zamiast dalszego układania jej w głowie. Małe ruchy nie są spektakularne, ale mają jedną istotną przewagę nad perfekcyjnym planem: istnieją poza wyobraźnią.

Nie będziemy też zakładać, że każdy sprzedawca natychmiast odpowie: „Oczywiście, proszę się nie martwić, już wszystko rozwiązujemy, a w ramach przeprosin wysyłamy koszt owoców”. Czasem odpowiedź będzie niejasna. Czasem otrzymasz gotowy szablon, który z twoim pytaniem łączy głównie fakt użycia tego samego alfabetu. Czasem zostaniesz poproszony o dodatkowe informacje, czasem trzeba będzie przypomnieć się ponownie, a czasem sprawa okaże się bardziej skomplikowana i będzie wymagała sprawdzenia właściwych zasad albo skorzystania z profesjonalnej pomocy. Umiejętność załatwiania takich sytuacji nie polega na tym, żeby zawsze postawić na swoim. Polega na tym, żeby wiedzieć, czego chcesz, mieć uporządkowane fakty, odróżniać kolejne etapy sprawy i nie tracić całego wieczoru na pisanie odpowiedzi, która zaczyna się spokojnie, a kończy propozycją przesłuchania zarządu przed komisją śledczą. Można być stanowczym bez teatralności. To bardzo wygodna umiejętność również poza zakupami.

Ta książka ma więc jeden praktyczny cel: sprawić, żeby zwrot, reklamacja albo kontakt ze sprzedawcą przestały być

projektem wiszącym nad tobą przez kilka tygodni. Nauczysz się rozбивać sprawę na małe decyzje, odróżniać sytuacje wymagające różnych działań, przygotowywać potrzebne informacje, pisać krótkie i konkretne wiadomości, pilnować odpowiedzi oraz reagować wtedy, gdy pierwsza próba nie przynosi rozwiązania. Będziemy również upraszczać sytuacje, w których nie masz czasu, dokumenty są rozrzucone, nie pamiętasz szczegółów albo zwyczajnie nie masz ochoty prowadzić korespondencji z człowiekiem podpisującym się „Zespół Obsługi Klienta”. Nie chodzi o to, żebyś polubił reklamacje. Są granice optymizmu. Chodzi o to, żeby problem zajmujący dziś miejsce w mieszkaniu i jeszcze większe miejsce w głowie stał się zwykłym zadaniem: otwierasz, sprawdzasz, działasz, zapisujesz, kończysz. A pudełko? Pudełko może wreszcie przestać udawać stolik.

Rozdział 1 - Zwrot, reklamacja czy zupełnie inna historia?

Stoisz przy ladzie z urządzeniem, które po dwóch dniach zaczęło wydawać dźwięk przypominający pracę kosiarki wrzuconej do betoniarki. Pracownik pyta: „Zwrot czy reklamacja?”, a ty przez krótką chwilę czujesz się jak uczestnik teleturnieju, w którym właśnie wykorzystałeś wszystkie koła ratunkowe. „No... chcę oddać”. To brzmi rozsądnie, tylko że z punktu widzenia dalszego postępowania nie wyjaśnia prawie niczego. Możesz chcieć oddać produkt, bo przestał ci się podobać, bo dostałeś dwa takie same, bo jest wadliwy, bo nie odpowiada opisowi albo dlatego, że po postawieniu go w salonie odkryłeś, iż jego „subtelny odcień piaskowy” w świetle dziennym jest właściwie kolorem starego plastra. Każda z tych sytuacji może prowadzić do innej ścieżki działania. Pierwszą umiejętnością, która oszczędza absurdalnie dużo czasu, nie jest więc znajomość wszystkich paragrafów, lecz poprawne nazwanie problemu. Zanim zaczniesz pisać, dzwonić, drukować formularze i patrzeć na regulamin jak archeolog próbujący rozszyfrować glinianą tabliczkę, odpowiedz sobie na prostsze pytanie: dlaczego właściwie chcę się tego pozbyć?

Najłatwiej zacząć od sytuacji, w której z produktem zasadniczo wszystko jest w porządku. Działa, jest kompletny, odpowiada opisowi, nikt nie przysłał ci modelu przeznaczonego dla astronautów zamiast zamówionego czajnika. Po prostu go nie chcesz. Przy zakupach konsumenckich zawieranych przez internet lub w inny sposób na odległość w Polsce co do zasady istnieje