

Beschwerdemanagement – richtiger Umgang mit Kunden

Reklamationen positiv bearbeiten - Maximilian Probst von der IMV-Ostbayern gab interessante Tipps

Zandt/Cham. Gerade in Zeiten der Wirtschaftskrise ist es immer wichtiger, den vorhandenen Kundenstamm an sich zu binden. Die Gewinnung von Neukunden kostet ein Vielfaches an Geld und Zeit dessen, was die Pflege der Bestandskunden in Beschlag nimmt.

Zum Seminar zur beruflichen Weiterbildung am Dienstag im Gasthaus Früchtl in Zandt konnte Maximilian Probst neben Interessenten aus verschiedenen Firmen den 1. Vorsitzenden der Industriemeister-Verbandes Bayern Bernhard Fürst willkommen heißen. Die Nichtmitglieder klärte Probst über die Ziele der IMV auf. Es seien monatliche Veranstaltungen, Seminare und Firmenbesichtigungen geplant und man lege Wert auf Gedankenaustausch zwischen Führungskräften.

Mit dem Zitat von Thomas Alva Edison „wenn es einen Weg gibt, etwas besser zu machen, dann finde ihn“, begann Probst seine sehr interessanten Ausführungen über das Thema Beschwerdemanagement, denn so sagt er „jede Beschwerde ist eine einmalige Chance, die uns der Kunde gibt, ihn zu halten. Aus einem Studienergebnis geht hervor, dass 85 % der Unternehmen den Lieferanten treu bleiben, die sich nicht nur durch Qualität und Mengentreue, sondern durch gutes Reklamationsverhalten auszeichnen. Dem gegenüber wechseln 68 % das Unternehmen, weil sie das Gefühl haben, dass man ihren Problemen und Wünschen eher gleichgültig gegenüber steht. Dies führe dazu, dass enttäuschte Kunden ihren Frust an andere Kunden weiter erzählen. Gerade dies müsse man bedenken, wenn der nächste Kunde auf einen Mangel aufmerksam macht, betonte Probst.

Im weiteren Verlauf nannte Probst die 10 häufigsten Gründe für den Verlust von Kunden. Unter anderem sind es häufig falsche oder undurchsichtige Rechnungsstellung, keine persönliche Entschuldigung und unzulängliche Beratung. In vielen Fällen hören die Mitarbeiter gar nicht richtig zu, reagieren unfreundlich und zeigen sich gar als inkompetenter Verkaufsmitarbeiter. Ein großer Fehler sei auch die schlechte telefonische Erreichbarkeit der Reklamationsabteilung.

Bei einem 4-Auge-Gespräch sei das Auftreten von großer Wichtigkeit, weiß Probst und beim Telefongespräch bewirkt der Klang der Stimme oft ein Vielfaches. Der Kunde erwartet Aufmerksamkeit von uns, Sicherheit, ehrliche Information und Wertschätzung, erklärt Probst weiter, denn jeder möchte sich als wichtiger Kunde fühlen.

Dann nannte Probst einige professionelle Reaktionen auf Kundenbeschwerden, unter anderem sollte der Lieferant Verständnis zeigen und dem Kunden zuhören, seinen Vorschlag anhören und vor allem die Schuld nie auf jemand anderen schieben. Auch eine gemeinsame Lösung erarbeiten, wäre mit unter angebracht oder eine Entschuldigung in Betracht ziehen. Ganz wichtig wäre zudem, den Kunden nie um einen Rückruf zu bitten, sondern sich selber zum vereinbarten Termin melden. Vor allem aber nie eine Zusage geben, die man nicht einhalten kann.

Anschließend lud der Referent die Zuhörer ein, für Aussagen, die man selber nicht in dieser Art formulieren sollte, selbst kundenorientierte Formulierungen auszuarbeiten. So sei es zum Beispiel nicht passend zu sagen: „Im Versand geht heute leider nichts mehr“ sondern: „wir veranlassen die Lieferung morgen früh. Wenn es gewünscht wird, evtl. per Express. Ebenso wäre es ein Fehler zu sagen: „ich hätte an ihrer Stelle etwas anderes gewählt“. Angebracht wäre hier, dem Kunden wenn er es denn wünsche, zusätzliche Alternativen aufzuzeigen, die evtl. noch besser zur Aufgabenstellung passen.

Schließlich empfahl Probst, wenn die Unannehmlichkeiten beseitigt sind, den Kunden zu fragen, ob er mit der Abwicklung zufrieden ist, ihm evtl. für die Mithilfe ein Danke auszusprechen oder gegebenenfalls eine Entschädigung anzubieten.

Letztendlich sollen wir dem Kunden mehr Aufmerksamkeit schenken, betonte Probst. Durch eine freundliche Stimme und ein Angebot von mehr Serviceleistung und mehr Information erreichen wir eine persönlichere Kundenbindung, die 2,5 mal größer ist, wenn wir eine Beschwerde professionell behandeln. Fazit: „Jeder Mensch möchte im Mittelpunkt stehen; unsere Aufgabe ist es, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen.“