


Ruhe bewahren!

Mit Reklamationen richtig umgehen



Wie reagieren Sie, wenn eine Kundin Sie kritisiert? Bewahren Sie Ruhe, wie diese Buddha-Statue? Oder nehmen Sie die Kritik persönlich? Anne M. Schüller verrät Ihnen, wie Sie Reklamationen handeln.

Foto: Fotolia/Pixelrohkost

Hurra, eine Reklamation!“ sollten Sie dankbar rufen, wenn es eine Beschwerde gibt. Glauben Sie nicht? Doch, Sie haben richtig gelesen. Denn jede Reklamation ist ein kleines Geschenk, ein im Nachhinein geäußelter Kundenwunsch und eine kostenlose Unternehmensberatung. Durch eine Reklamation erhalten

Sie als Unternehmerin eine Chance, Schwachstellen aufzudecken, Fehler abzustellen, Verbesserungsprozesse einzuleiten, negative Mundpropaganda zu vermeiden und Ihren guten Ruf zu retten. Vor allem sind Beschwerden eine Chance, herbe Kundenverluste zu vermeiden. Denn: Was eine Kundin ärgert, das stört womöglich viele andere auch. Nur:

Die anderen sprechen dies nicht bei Ihnen an, sondern erzählen – neuerdings auch im Internet – der ganzen Welt davon. Und was erst einmal online steht, ist nie mehr zu löschen. Außerdem: Wer reklamiert, ist an einem Fortbestehen der Beziehung interessiert. Sonst würde er sich nicht so viel Mühe machen. Und: Wer reklamiert, will wichtig

genommen werden. Deshalb sollte sich immer die Chefin persönlich um Reklamationen kümmern. So gehen Sie dabei vor: Ruhe bewahren! Reklamierende Kunden sind oft aufgeregt und sehr empfindlich. Reagieren Sie daher geduldig und höflich. Wer verärgert und wütend ist, braucht Zeit, um sich wieder zu fangen. Gehen Sie in einen ruhigen Bereich. Vermeiden Sie Zuschauer. Sprechen Sie langsam und beruhigend. Bieten Sie etwas zu essen oder zu trinken an, das nimmt sofort Druck aus der Situation.

Gut hinhören!

Wichtig ist auch, dass Sie Verständnis zeigen. Denn wer reklamiert, fühlt sich – rein subjektiv betrachtet – im Recht. Sagen (und meinen) Sie: „Ich kann Ihre Verärgerung gut nachvollziehen. Erzählen Sie doch bitte, wie es genau dazu kam.“ Achten Sie außerdem darauf, gut zuzuhören. Wer reklamiert, muss Dampf ablassen. Also: Die Kundin unbedingt ausreden lassen. Signalisieren Sie Anteilnahme – ohne Übertreibung und Gegenwürfe. Bedanken Sie sich! Und zwar in jedem Fall, egal, wie die Reklamation klingt („Wie gut, dass Sie das sagen.“). Das nimmt Wind aus den Segeln, beruhigt und schafft Kompromissbereitschaft. Sie sollten außerdem nicht beleidigt reagieren und persönliche Angriffe überhören. Schieben Sie alles Emotionale unkommentiert beiseite, damit Sie sich auf den Kern der Sache konzentrieren können – und entschuldigen Sie sich! Unbedingt, in jedem Fall und ehrlich gemeint („Es tut mir leid, dass Sie durch uns solche Unannehmlichkeiten hatten.“). Gestehen Sie Fehler ein, zeigen Sie sich kritikfähig. Und bitte: Keine Schuldzuweisungen an Kolleginnen, keine Trickereien und keine Lügen! Wiederholen Sie die wichtigsten Punkte

in eigenen Worten: „Habe ich Sie so richtig verstanden, dass ...“ Dabei können Sie bereits entgiften, das heißt, Sie wählen ein wenig sachlichere Worte. Denn ein positives Gesprächsklima ist der erste Schritt zu einer konstruktiven Lösung. Suchen Sie außerdem nie die Schuld bei der Kundin, sondern überlegen Sie gemeinsam mit ihr, wie die Sache aus der Welt geschafft werden kann. Auf die einlenkende Frage: „Was haben Sie sich, Frau Kundin, denn vorgestellt?“ schrauben die meisten ihre Forderung sofort zurück. Seien Sie kulant! Neben dem tatsächlichen Malheur hat der Kunde auch einen emotionalen Schaden erlitten: Er hat sich aufgeregt, war enttäuscht oder verärgert. Auch das muss behoben werden. Überraschen Sie ihn also mit einer Kleinigkeit „on top“, mit der er nicht rechnet. Definieren Sie aber auch im Vorfeld die wenigen Fälle, in denen Sie eine Forderung zurückweisen müssen. Und begründen Sie das plausibel. Vergewissern Sie sich, dass die Kundin mit Ihrer Reklamationsbearbeitung zufrieden ist. Und signalisieren Sie, dass Sie die Kundin behalten wollen.

Mit besonderer Sorgfalt

Bieten Sie der Kundin möglichst gleich eine Kleinigkeit zum Kauf an – vielleicht mit einem kleinen Bonus versehen. Wie auch im Privaten reagieren wir nach einer angenommenen Entschuldigung meist wohlwollend und großzügig. Behandeln Sie die Kunden, die sich beschwert haben, zukünftig außerdem mit besonderer Sorgfalt. Alle Mitarbeiterinnen müssen über den Vorfall Bescheid wissen. Und noch ein guter Tipp zum Abschluss: Nutzen Sie das erworbene Wissen zur Prävention. Analysieren Sie systematisch die eingehenden Beschwerden auf Verbesserungspotenzial. Schaffen Sie

Buchtipps

„Erfolgreich verhandeln – Erfolgreich verkaufen“ von Anne M. Schüller verrät Ihnen, wie Sie Menschen und Märkte für sich gewinnen können. Moderne Verkaufsgespräche funktionieren anders, denn die Kunden haben sich drastisch verändert. Sie sind informierter, anspruchsvoller und deutlich fordernder geworden. Ausgehend vom Empfehler, der uns lehrt, wie emotionales Verkaufen funktioniert, verbindet Anne M. Schüller die Erkenntnisse der Forschung mit der Kunst des Verkaufens. BusinessVillage (2009), 24,80 Euro



eine kleine Datenbank mit allen aufgetretenen Problemen sowie den gefundenen Lösungen. Erarbeiten Sie mit Ihren Mitarbeiterinnen gemeinsam konkrete Handlungsleitlinien – und sichern Sie deren Umsetzung. Leider ist ein professioneller Umgang mit Kundenbeschwerden immer noch vielfach Mangelware. Umso positiver fallen all diejenigen auf, die darin wahre Meister sind. Und das merkt man dann spätestens beim Kassensturz. ■

Auf einen Blick

Autorin

Anne M. Schüller ist Managementberaterin, Autorin und Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie war lange Jahre in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen tätig. Die Diplom-Betriebswirtin lehrt außerdem an Hochschulen.



Kontakt

www.anneschueller.de