

## UNTERNEHMENSFÜHRUNG

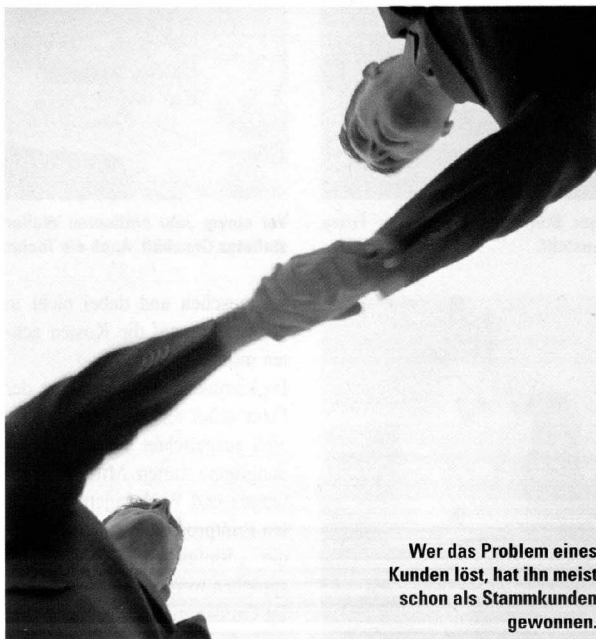
# Keine Angst vor Reklamationen

*Reklamationen bieten die beste Chance zur Kundenbindung.*

**E**in alltäglicher Fall aus der Praxis: Herr Österreicher hat ein Installationsunternehmen damit beauftragt, sein Bad in eine Oase umzuwandeln. Alles wurde optimal gelöst, aber bei der Auswahl der einzusetzenden Armaturen gab es scheinbar ein Missverständnis. Herr Österreicher ruft bei seinem Installateur an und schildert sein Problem. Der Angerufene ist eher kurz angebunden und fühlt sich nicht zuständig, er sagt, da kann ich Sie nur zum Chef verbinden, aber der ist jetzt nicht da, rufen Sie später wieder an. Herr Österreicher wundert sich als er den Auftrag an das Unternehmen erteilt hat, waren alle immer sehr freundlich und zuvorkommend. Im Gespräch mit dem Chef am nächsten Tag wird ihm erklärt, dass er sich falsch ausgedrückt hat und die Kosten für andere Armaturen selbst tragen muss. Der Einbau kann aber erst in zwei Wochen erfolgen, da inzwischen wichtige Kunden zu betreuen sind. Hoffentlich ein Extrembeispiel – oder doch nicht?



**Telefon- und Verkaufsprofi Eva Akkaya:** „Ob ein Unternehmen wirklich hält, was es verspricht, merkt der Kunde erst, wenn es ein Problem gibt.“



**Wer das Problem eines Kunden löst, hat ihn meist schon als Stammkunden gewonnen.**

## Schlechte Nachrichten verbreiten sich schneller als gute Nachrichten

Ob ein Unternehmen wirklich hält, was es verspricht, merkt man erst, wenn es ein Problem gibt. Solange alles glatt läuft, unterscheiden sich Anbieter oft nicht voneinander. Daher sind Reklamationen gute Chancen, Kunden an sich zu binden, vorausgesetzt diese werden professionell behandelt. Im gegenteiligen Fall verbreitet sich eine schlechte Nachrede viel schneller als eine gute.

## Professioneller Umgang mit Kundenreklamationen

Wenn ein Kunde eine Reklamation äußert, muss der Gesprächspartner zu Beginn dem Kunden sein Verständnis zeigen, im Idealfall sich sogar dafür bedanken, dass er sich gleich meldet – das ist eine tolle Möglichkeit, denn das erwartet der Kunde nicht. Der Kunde muss mit seinem Anliegen beim Gegenüber ankommen können; wenn ein Kunde im Gespräch laut wird, dann ist das ein Hilferuf, denn er fühlt sich nicht verstanden. Verständnis

zeigen heißt aber nicht gleich Recht geben. Es ist auch nicht hilfreich zuerst langwierig die Schuld zu suchen – in den meisten Fällen ist zuerst eine rasche Lösung zu finden und dann, wenn nötig, die Ursachenforschung zu betreiben. Der Kunde ist dann bereit zuzuhören und zu verhandeln.

## Lösungen gut verkaufen

Strategien und die richtige Wahl zum Umgang mit Reklamationen und dem Verkaufen von Lösungen sind erlernbar, der Kunde ist dann mit weniger Aufwand zufrieden gestellt und empfindet mich sogar wieder weiter. Bei Reklamationen ist rasch herauszufinden, was denn geschehen ist. Dabei ist aktives Zuhören und Einfühlungsvermögen wichtig. Der Kunde wünscht sich einen selbstbewussten und aktiven Gesprächspartner. Sich hundertmal zu entschuldigen und beteuern, wie leid es einem tut, hilft nichts – im Gegenteil, es schadet sogar. Eine Lösung und/oder eine Entschädigung sind wichtiger. Viele verkaufen

## PRAXIS-TIPPS

### Reklamationen als Chance

#### 1) Verstehen

Der Kunde muss mit seinem Anliegen bei Ihnen ankommen können. Im Idealfall bedanken Sie sich für die Reklamation.

#### 2) Klären

Offene Fragen zur Klärung des Sachverhalts stellen.

#### 3) Zuhören/Einfühlen

Sich ganz auf den Gesprächspartner konzentrieren, nicht schon an Rechtfertigungen denken.

#### 4) Lösungsorientiert

Aktiv eine Lösung suchen, dann erst, wenn nötig, die Ursache klären.

#### 5) Vereinbarung immer abchecken

Nur eine von beiden Seiten akzeptierte Vereinbarung bietet die Lösung.

diese Entschädigung aber sehr schlecht. Kardinalfehler ist es zu sagen: „Ich kann Ihnen nur xy als Entschädigung anbieten.“ Durch das „nur“ mache ich die beste Lösung kaputt.

## Vereinbarungen abchecken

Der Abschluss eines professionellen Reklamationsgesprächs: Wenn mit dem Kunden eine Vereinbarung über einen Lösungsweg getroffen wird, muss diese Vereinbarung abgecheckt werden, damit auch jeder Rest von Unzufriedenheit ausgeräumt ist. „Herr Österreicher, ist das für Sie in Ordnung, wenn wir das so und so machen?“ Erst wenn der Kunde „Ja“ sagt, ist er zufrieden.

EVA AKKAYA

GESCHÄFTSFÜHRERIN

TELEPROFI & AKOM AKKAYA

→ Nähere Informationen über unser Infotax auf Seite 66.