



Die Reklamation

Es gibt Situationen, in denen wir sehr unangenehme Reklamationen entgegennehmen müssen. Wir werden beschimpft, angegriffen und persönlich beleidigt. Was ist die Folge? Wir wehren und winden uns und versuchen den Kunden zu beruhigen. Dann beginnt die Selbstverteidigung: „Da kann doch ich nichts dafür, beruhigen Sie sich doch, Herr Müller“.

Der nächste Schritt ist die Suche nach einem Schuldigen. Vielleicht äussern wir uns dann so: „Sehen Sie, Herr Müller, unser Lagerist hat sicher wieder geschlafen, als er Ihre Produkte kommissionieren sollte.“

Und jetzt ist es soweit: Der Kunde wird in Zukunft dort kaufen, wo die Lageristen nicht schlafen, sondern wo brave Leute arbeiten, die sich für ihn einsetzen. Kurz: Wer sich verteidigt, sucht einen Schuldigen und äussert sich negativ über ihn, um sich selbst zu entlasten.

Wir sollten bei einem Kunden niemals negative Äusserungen über unsere Kollegen aussprechen. Wir zerstören das Firmenimage und verweisen den Kunden auf dem direkten Weg an die Konkurrenz!

Eine Reklamation ist eine sehr gute Chance, die Kundenbeziehung weiter zu festigen...

...aber natürlich nur, wenn wir die Reklamation ernst nehmen und richtig umgehen mit den Emotionen des Gesprächspartners.

Die Emotionsphasen

Wenn wir uns mit der Behandlung von Reklamationen beschäftigen, sollten wir auch die einzelnen Emotionsphasen etwas genauer betrachten. Natürlich können die Reaktionen in den einzelnen Phasen von Mensch zu Mensch unterschiedlich ausfallen. Vom Ablauf her sind sie jedoch meist sehr ähnlich.

Der Kunde tobt sich aus

In dieser Phase ist folgendes angebracht: 20 bis 30 Sekunden Geduld. Wir sollten dem Kunden die Möglichkeit geben, seine Emotionen abzubauen. Wir sollten den Kunden nicht unterbrechen. Wir sollten dem Kunden während diesen 20 bis 30 Sekunden auch keine Fragen stellen.

Einfach nur zuhören!

Das Befreiungsgefühl

Dieses Gefühl kennen wir doch auch bei uns. Nachdem wir uns Luft verschafft haben, fühlen wir uns erleichtert. Dem Kunden geht dies genau so. Also, warten wir das Befreiungsgefühl bei unseren Kunden ab, bevor wir versuchen, sachliche Argumente zu besprechen.

Wenn wir bis jetzt richtig reagiert haben, folgt eine weitere Emotionsphase beim Kunden:

Das Schuldgefühl

Je grösser das Befreiungsgefühl war, desto stärker wird höchstwahrscheinlich auch das Schuldgefühl beim Kunden sein. Hier sollten wir unserem Kunden Verständnis entgegenbringen und ihm zeigen, dass wir ihn verstehen können. Wichtig ist, dass unser Kunde spürt, dass wir keinen Groll auf ihn haben.

Jetzt kommt unsere grosse Stunde. Jetzt zeigt sich die Qualität unserer Kundenbetreuung. Die nun folgende Phase der Wiedergutmachung zeigt dem Kunden, dass wir ihn wirklich ernst nehmen und seine Anliegen umgehend lösen wollen.

Die Wiedergutmachungsaktion

Nachdem wir uns der Reklamation eines Kunden angenommen haben, bitten wir ihn uns die Chance für die Wiedergutmachung zu geben. Wir haben jetzt die Zeit gewonnen, um im Hause die Reklamationsgründe abzuklären.

Durch dieses Vorgehen können wir nun dem Kunden in aller Ruhe mitteilen, welche Massnahmen die Firma zur Zufriedenstellung in die Wege geleitet hat. Der Kunde ist meist jetzt schon ruhig. Er akzeptiert die Massnahme. Ist er jedoch emotional geladen, werden ihm alle Massnahmen nicht mehr recht sein. In diesem Falle müssen wir ihm Zeit lassen zur weiteren Beruhigung.

Der Kontrollanruf (-besuch)

In den meisten Firmen ist mit der Erledigung der Reklamation die Sache ausgestanden. Wir sollten jedoch als Zeichen des totalen Services aber weiter gehen. Beim nächsten Anruf oder Besuch fragen wir den Kunden, ob die Reklamation für ihn gut erledigt ist. Da der Kunde sein Schuldgefühl gegenüber Ihnen gerne restlos loswerden möchte, haben wir jetzt die beste Möglichkeit, die Kundenbindung weiter zu festigen.