

Kunden wollen eine möglichst perfekte Leistung. Nur die Handwerker, die die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kunden kennen und entsprechend handeln, stehen auf der Gewinnerseite. Wie man selbst Reklamation als Chance für weitere Aufträge nutzen kann, zeigt der folgende Beitrag aus dem Buch „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden“.

Manche Handwerker gehen Reklamationen aus dem Weg, stellen sich taub und weisen alle Schuld von sich. Reklamationsbearbeitungen finden dann Wochen und Monate später, gar nicht oder nur über einen richterlichen Beschluss statt. Übrig bleibt auf jeden Fall ein verlorener Kunde, der seine „Horrorgeschichte mit dem Handwerker“ immer wieder erzählt.

Nehmen Sie den Kunden ernst

Dabei kann eine Reklamation das Beste sein, was Ihnen passiert – wenn Sie diese als Chance nutzen, den Kunden perfekt zufriedenzustellen, ja zu begeistern. Menschen sprechen überhaupt gerne von negativen Dingen. Die Zeitungen sind voll davon. Untersuchungen belegen, dass ein zufriedener Kunde seine positiven Erlebnisse durchschnittlich drei Personen weiter erzählt, ein unzufriedener Kunde seine negativen Erlebnisse jedoch durchschnittlich elf Personen. Wenn Sie es schaffen, der Reklamation eine positive Wendung zu geben, wird der Kunde für Sie verstärkt Werbung machen. Ganz gleich, ob am Telefon oder direkt beim Kunden, hören Sie sich zuerst einmal in Ruhe an, was der Kunde zu sagen hat, welches Problem und Anliegen ihm auf der Seele liegt. Fallen Sie nie in eine trotzig-abwehrende und Rechtfertigungshaltung, egal wie

Kompetenter Umgang mit Kunden

Reklamationen als Verkaufschance nutzen



Zeigen Sie bei Reklamationen kulante Lösungen auf, reagieren Sie schnell und vereinbaren Sie kurzfristige Termine

aufgebracht der Kunde jetzt in diesem Moment ist. Vermeiden Sie unbedingt „Killersätze“ wie „Das kann nicht sein. Da haben Sie was falsch gemacht. Das hab ich ja noch nie gehört!“. Damit stempeln Sie den Kunden zum „Dummkopf“ und zeigen ihm, dass Sie ihn nicht ernst nehmen. Wiederholen Sie zuerst einmal, was Sie gehört haben. Stellen Sie fest, dass Sie den Kunden richtig verstanden haben. Wenn der Kunde sauer, wütend und aufgebracht ist, zeigen Sie erst einmal Verständnis. Schlagen Sie dem Kunden Lösungen vor oder rufen Sie ihn umgehend zurück, wenn Sie die Lösung intern abgesprochen haben.

Reklamation richtig bearbeiten

Regulieren Sie Reklamationen großzügig und kulant. Schon ein kleiner Nachlass ist für Ihren Kunden ein Erfolgserlebnis. Zu große Sparsamkeit beim Kunden erspart dem Unterneh-

men zwar einige Euro, sie bleibt dem Kunden aber lange im Gedächtnis. Und er wird Sie nicht weiterempfehlen, möglicherweise auch selber nicht mehr bei Ihnen kaufen oder arbeiten lassen. Wenn Sie die Angelegenheit nicht selbst entscheiden können, rufen Sie gleich in Ihrer Firma an oder bieten Sie die Klärung des Problems und den umgehenden Rückruf durch den Verkauf oder durch Ihren Chef an. Wenn nötig, machen Sie mit Ihrem Kunden gleich einen neuen Termin aus. Leiten Sie die Reparatur unverzüglich in die Wege. Informieren Sie den Kunden sofort über den neuen Termin. Wenn Sie die Reparatur nicht selbst vornehmen, sondern durch einen Kollegen, so lassen Sie Grüße von sich ausrichten. Halten Sie einmal getätigte Zusagen über Regulierungen von Reklamationen unbedingt auch ein. Schieben Sie Nachbesserungen und Reklamationsbearbeitungen nicht auf die lange Bank, erledigen Sie diese Dinge so schnell wie möglich. Am besten innerhalb von ein bis drei Tagen.

Eine Reklamation, die gut und erfolgreich bearbeitet wurde, kann aus einem „Standardauftrag“ einen besonderen Auftrag machen, den Kunden begeistern und zu Empfehlungen motivieren.

Was Sie vermeiden sollten

Vermeiden sollten Sie bei der Reklamationsbearbeitung unbedingt:

- Reklamation nicht zur Kenntnis nehmen, zurückweisen, unbearbeitet lassen.
 - Den Kunden mit „Killerphrasen“ zur Weißglut bringen: „Das kann gar nicht sein!“; „Da haben Sie was falsch gemacht!“; „Das hab ich ja noch nie gehört!“; „Da müssen Sie erstmal zu uns ins Haus kommen!“; „Da müssen Sie später anrufen, der Herr Meier ist jetzt nicht da!“; „Ich glaub Ihnen das schon, aber...“; „Das stimmt nicht! Sie sind der erste Kunde, der so was behauptet!“; „Da haben Sie wohl die Bedienungsanleitung falsch gelesen!“; „Also, versprechen kann ich Ihnen gar nichts. Wann der Kundendienst zu Ihnen kommt, kann ich Ihnen nicht sagen!“; „Ich habe damit nichts zu tun, wenden Sie sich an den Hersteller!“; „Nun regen Sie sich nicht so auf!“.
- Diese Phrasen stellen den Kunden in ein negatives Licht und geben zum Ausdruck, dass der Kunde selbst Schuld hat. Der Kunde geht dadurch noch mehr in „Kampfhaltung“ über. Die Reklamation wird für Sie zur Sackgasse. Sie verlieren den Kunden.
- Kleinlich um jeden Cent feilschen, unnachgiebig sein.
 - Beleidigt und aggressiv reagieren, die Schuld dem Kunden, dem Hersteller, dem vorhergehenden Handwerker geben.
 - Vereinbarte Reklamationsbearbeitung liegen lassen, vereinbarte Termine nicht einhalten.
 - Kunden sehr lange mit kaputten Teilen warten lassen, immer wieder verströten.

Was gut ankommt

Diese Verhaltensweisen kommen beim Kunden gut an:

- Hören Sie dem Kunden gut zu. Wiederholen Sie die Inhalte, nehmen Sie ihn ernst: „Also, Frau Schmidt. Ihnen ist aufgefallen, dass Sie heute morgen kein warmes Wasser mehr hatten. Sie sind in den Keller gelaufen und haben

gesehen, dass sich die Heizung abgeschaltet hat. Ist das richtig?“

- Zeigen Sie Verständnis für die Gefühle und die Situation des Kunden, nehmen Sie jede Beschwerde ernst: „Ich kann Ihren Ärger gut nachvollziehen. Schließlich wurde die Heizung ja erst vor zwei Monaten repariert!“; „Ich kann verstehen, dass Sie verärgert sind. Ich dusche morgens auch nicht gerne kalt“; „Ich kann mich gut in Ihre Lage versetzen und nachempfinden, wie unangenehm diese Sache für Sie ist.“
- Gehen Sie nicht in die „Selbstverteidigungsfälle“.
- Vermeiden Sie um jeden Preis Machtkämpfe.
- Zeigen Sie kulante Lösungen auf, reagieren Sie schnell, vereinbaren Sie kurzfristige Termine (am besten innerhalb von ein bis drei Tagen): „Sie haben Recht. Bedienungsanleitungen sind sehr schwer verständlich. Gerne erkläre ich Ihnen nochmals...!“; „Selbstverständlich leite ich Ihre Reklamation an den Hersteller weiter. Ich rufe Sie sofort an, wenn ich etwas Genaueres erfahren!“; „Ich verspreche Ihnen, dass ich mich sofort um eine Lösung für das Problem einsetze. Morgen Vormittag rufe ich Sie an, dann weiß ich mehr!“; „Wir finden eine gute Lösung, das verspreche ich Ihnen!“; „Ich kümmere mich sofort darum, dass Ihnen noch heute ein Leihgerät zugestellt wird. Sind Sie gegen 16 Uhr zuhause?“
- Machen Sie nur realistische Versprechungen, die Sie halten können.
- Halten Sie neue Termine pünktlichst ein, führen Sie vereinbarte Leistungen verbindlich aus.
- Entschuldigen Sie sich für die Unannehmlichkeiten. Überraschen Sie den Kunden mit einem kleinen Präsent zum Abschluss (Blumen, Flasche Wein, Champagner).

Dieser Mitarbeiter weiß, worauf sogar bei kritischen Reklamationsgesprächen mit Kunden zu achten ist



Buchtipp

Handwerker-Knigge

In ihrem Buch „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden – Der erste „Knigge“ für Handwerker“ beschreibt Umberta Andrea Simonis anschaulich, wie Handwerker ihre Kundenbeziehungen verbessern können. Simonis schärft den Blick dafür, dass die Kunden das wertvollste Kapital jedes Handwerksbetriebs sind. Denn letztlich entscheidet das Verhalten der Service-Mitarbeiter vor Ort über den Erfolg einer Kundenbeziehung. Das Buch beschäftigt sich in 80 typischen Themenblöcken und Musterdialogen mit der erfolgreichen Gestaltung der Beziehung Kunde/Handwerker. Die vielen Beispiele sind aus der Sicht des Praktikers geschrieben.

Das Buch „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden“ (5. Auflage 2004, Hardcover, 192 Seiten) ist für 19,90 Euro (zzgl. Versandkosten) erhältlich bei:

Gentner Verlag,
Forststraße 131, 70193 Stuttgart
Telefon (07 11) 63 67 28 57
Telefax (07 11) 63 67 27 57
E-Mail: peters@gentnerverlag.de

- Analysieren Sie Beanstandungen mit Ihren Kollegen/Chef und suchen Sie nach Verbesserungen, damit die Reklamation nicht mehr auftaucht.



Seminartipp

Handwerker als Visitenkarte des Unternehmens

- Seminarziel: Sympathischer und souveräner Umgang des Monteurs/Handwerkers mit dem Kunden von der Begrüßung bis zur Verabschiedung, auch in schwierigen Situationen und bei schwierigen Kunden.
 - Ziel für den teilnehmenden Handwerksbetrieb: Begeisterte Kunden, mehr Empfehlungen, mehr Folgeaufträge, mehr Anerkennung für den Mitarbeiter.
 - Dauer: je ein Tag Basis- und Aufbau-training
 - Termine: nach Vereinbarung
 - Ort: firmenintern in ganz Deutschland
- Kontakt:** Simonis Service Agentur, Morellstrasse 16, 86159 Augsburg, Telefon (08 21) 57 31 17, Internet: www.simonis-serviceagentur.com

Eindruck hinterlassen

Eine gut bearbeitete Reklamation kann beim Kunden einen sehr guten und nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Sie kann den ganzen Auftrag aufwerten und neue Kunden durch Empfehlung einbringen. Nutzen Sie also Reklamationen als Verkaufschance. Damit auch die Monteure mitziehen, sollte der Chef bzw. die Chefin folgende Punkte beachten:

- Vermitteln Sie Ihren Mitarbeitern, wie entscheidend wichtig für das Bestehen des Unternehmens eine gute Reklamationsbearbeitung ist und welche verantwortungsvolle Aufgabe sie haben. Lassen Sie nicht zu, dass reklamierende Kunden als lästige, nervende Nörgler beschimpft und abgetan werden und äußern Sie sich auch selbst nicht abfällig.
- Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und zeigen Sie Ihren Mitarbeitern, wie eine perfekte Reklamationsbearbeitung aussieht. Lassen Sie Ihren Mit-



.....
Diplom-Kommunikationsdesignerin Umbertha Andrea Simonis zeigt seit 1996 Handwerksunternehmen (Ausbau und Renovierung), wie sie mit besserem Service und engagierteren Mitarbeitern begeisterte Kunden und neue Umsatzpotenziale gewinnen können. Als

externe Beraterin gestaltet sie alle wichtigen Bereiche der Kundenbindung, Neukundengewinnung, des Empfehlungsmanagements etc.
.....

arbeitern entsprechende Weiterbildung zukommen, um auch schwierige Gespräche zu perfektionieren.

- Setzen Sie sich regelmäßig mit Ihren Mitarbeitern zusammen und analysieren Sie, wie die Reklamation entstanden ist und wie sie sich in Zukunft verhindern lässt.