

Reklamationen als Chance

# Begeisterte statt verärgerte Kunden

Ein verlorener Kunde kostet oft wesentlich mehr, als die kulante und menschlich saubere Lösung von kleineren Fehlern. Wenn Sie und Ihre Mitarbeiter elegant und clever mit Reklamationen umgehen, gewinnen Sie nicht nur begeisterte Kunden. Sie sichern sich auch viele Pluspunkte für Ihr Folgegeschäft.



**W**enn der Kunde reklamiert, ist er oft wütend und will den Schaden oder das Problem schnell behoben haben. Häufig übertreibt der Kunde bei der Beschreibung, um seinen Ärger abzureagieren oder seiner Forderung Nachdruck zu verleihen. Wie verhalten Sie sich? Jetzt zeigt es sich, ob aus der Problemsituation zwei Gewinner hervorgehen, oder nicht. Wichtig: Reklamationen sollten im Idealfall immer zweifach gelöst werden: menschlich/emotional (Behebung des Ärgers) und sachlich (Behebung des Problems). Damit Ihnen dies gelingt, sind einige Spielregeln bei der Reklamationsbearbeitung wichtig:

## Ruhig bleiben

Lassen Sie sich nicht auf die Sprach- und Gefühlsebene des reklamierenden Kunden ein. Die Gefahr ist groß, ebenso heftig zu reagieren, weil man sich angegriffen fühlt. Und mit nichts können Sie dem aufgebrachtten Kunden eine größere Freude machen, als wenn Sie zurückschließen. Er wartet ja gerade darauf. Wenn Sie ruhig und gelassen bleiben, strahlt diese Ruhe auch auf Ihren Gesprächspartner aus. Konzentrieren Sie sich immer auf den Inhalt des Problems, nie auf die Art, wie der erbotene Kunde seinem Ärger Luft macht.

## Ausreden lassen

Nichts bringt einen verärgerten Kunden so schnell wieder auf die Palme, als wenn Sie ihn in seinen Ausführungen unterbrechen. Er fühlt sich erst

recht missverstanden und nicht ernst genommen. Einen verärgerten Kunden zu unterbrechen, heißt ihn eines Besseren belehren zu wollen. Das wäre das Schlimmste, was Sie ihm in dieser Situation antun könnten.

Nur wenn der Kunde ausredet, kann er richtig Dampf ablassen und seine erste Wut wird dann vorbei sein. Machen Sie es sich nicht unnötig schwer, indem Sie seine Behauptungen zerstreuen wollen. Je länger der enttäuschte Kunde erzählen kann, desto schneller wird der Ärger verfliegen. Sie kennen das von sich selbst.

## Zuhören

Nur wenn Sie dem aufgebrachtten Kunden zuhören, werden Sie seine Reklamation auch richtig behandeln können. Schließlich ist irgendetwas schiefgegangen, wofür Sie in diesem Moment gerade stehen müssen. Holen Sie sich also die nötigen Informationen über das Problem, indem Sie aufmerksam zuhören.

## Problem abschwächen

Nichts hilft einem wütenden Menschen mehr, als Zuspruch und Mitgefühl. Sie als Ansprechpartner sind dem Kunden im Moment der Reklamationsannahme sowieso grundsätzliches Entgegenkommen schuldig. Jetzt ist es wichtig, dass Sie dies mit einigen wenigen Worten zum Ausdruck bringen:

- Ich kann mir vorstellen, dass Sie sich ärgern
- Entschuldigung, dass da etwas schief gelaufen ist

- Ich wäre an Ihrer Stelle auch ärgerlich
- Ich kann Sie gut verstehen

## Sachlich antworten

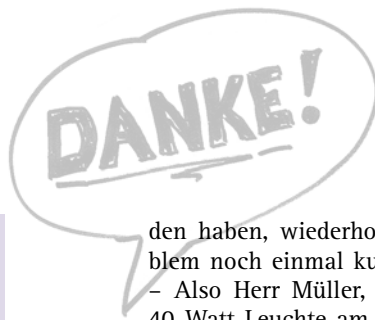
Haben Sie die ersten Schritte bereits erfolgreich bewältigt, werden Sie sehen: der Kunde wird zunehmend ruhiger und gerät langsam wieder auf die sachliche Ebene. Nur wenn beide Seiten bereit sind, über die Klärung eines Problems vernünftig zu reden, kann das Gespräch erfolgreich verlaufen. Am Telefon können Sie während das Gesprächs auch immer wieder „hm“ oder „ja“ einflechten. Dies zeigt dem Gesprächspartner, dass Sie zwar ruhig, aber bei der Sache sind.

## Keine Schuldzuweisungen

Treffen Sie auf keinen Fall Schuldzuweisungen. Es spielt in diesem Moment noch keine Rolle, wer an dem Ärger schuld ist. Das heißt auch, keine Mitarbeiter, Kollegen oder Lieferanten „in die Pfanne zu hauen“. Dies würde in jedem Fall Ihre Firma treffen. Wer Kollegen disqualifiziert, disqualifiziert sich selbst. Für den Kunden zählt im Moment nur eines: dass ihm jetzt geholfen wird.

## Situation konkret aufnehmen

Notieren Sie sich die wichtigsten Daten. Das gilt besonders für Monteure, wenn sie direkt vom Kunden angesprochen werden. Es zeigt eine besondere Wertschätzung des Problems. Wenn Sie die Reklamation konkret verstan-



## Für alle Mitarbeiter

### Kursbuch Service

Das Buch „Auftritt statt Abgang – Kursbuch Service“ (Format A5, 156 Seiten) ist die Erfolgs-Fibel für alle Mitarbeiter im Kundenkontakt. Es zeigt an vielen Praxisbeispielen erfolgreiche Ideen und Möglichkeiten auf, wie sich Kunden begeistern lassen.



Ein wichtiges Ziel des Buches ist es, das Bewusstsein der Mitarbeiter in Richtung eines Mitunternehmer zu schärfen. Dazu ist es empfehlenswert, dass jeder Mitarbeiter sein eigenes Arbeitsbuch bekommt. (Hinweis: Das inhaltsgleiche Buch ist in früheren Auflagen bereits unter dem Titel „Kursbuch Monteur“ oder „Kursbuch Service“ erschienen!)

**Sonderpreis:** 18 €  
zzgl. MwSt. + 4 € Versandkosten (ab Bestellwert 60 € netto frei Haus)  
Bei Mengenabnahmen gibt es Prozente: 10 % ab 10 Stück und 20 % ab 20 Stück

#### Bestellungen:

- Telefon (07 11) 6 36 72-8 57 (Frau Peters)
- Telefax (07 11) 6 36 72-7 57
- E-Mail: [peters@gentnerverlag.de](mailto:peters@gentnerverlag.de)
- Online: [www.shk-pakete.de](http://www.shk-pakete.de)

#### Sonderaktion im Internet:

Unter [www.shk-pakete.de](http://www.shk-pakete.de) gibt es noch als „Service-Paket 5“ das Kursbuch Service im Paket mit einem Paar Überziehschuhe.

den haben, wiederholen Sie das Problem noch einmal kurz:

- Also Herr Müller, Sie wollten eine 40-Watt Leuchte am Bad-Spiegel und keine mit 100-Watt; ist das richtig?
- Ja, Herr Müller. Der Spülkasten läuft also trotz Reparatur von letzter Woche immer noch durch?

### Lösung anbieten

Sehen Sie eine Reklamation positiv. Immerhin ist der Kunde gesprächsbereit und sucht – wenn auch versteckt – Ihre konkrete Hilfe. Bieten Sie eine konkrete Lösung an. Das erste sollte immer sein, dass Sie selbst sich zum „Patent“ für diese Reklamation erklären:

- Herr Müller, ich nehme mich der Sache selbst an...
- Frau Meier, Ich werde mich direkt darum kümmern...
- Herr Franz, ich gebe das gleich an Herrn/Frau xxx, der/die ruft Sie heute noch zurück. Wäre xxx Uhr für Sie in Ordnung?

Im zweiten Schritt sollten Sie möglichst immer eine konkrete Lösung – soweit möglich – vereinbaren:

- Sind Sie einverstanden, wenn ich die Dichtung noch einmal erneuere und Sie rufen mich direkt an, wenn es noch immer nicht gehen sollte?
- Ich schlage vor, Sie erhalten einen neuen Spülkasten, den wir kostenlos einbauen...

Es gibt auch Sonderfälle, in denen es besser sein kann, dem Kunden die Lösung vorschlagen zu lassen:

- Was haben Sie sich denn als Lösung vorgestellt?
- An wie viel Nachlass haben Sie den gedacht?
- Bis wann möchten Sie denn den neuen Spülkasten montiert haben?

### Erledigung kontrollieren

Bei größeren Problemfällen oder besonders verärgerten Kunden, bei denen Sie nur die Reklamation angenommen haben, aber nicht selbst behoben haben, ist es sinnvoll als „Pate“ nach Reklamationserledigung nochmals nachzufragen, ob jetzt alles in Ordnung ist und ob die Reklamation wunschgemäß behoben wurde.

### Dankeschön

Bedanken Sie sich abschließend bei Ihrem Kunden für das Verständnis und

die Bereitschaft, das Problem so einfach beheben zu lassen. Wenn es ein besonders schwerer Fall war, vielleicht sogar mit einem kleinen Geschenk, einem Blumenstrauß oder ähnlichem. Als besondere Danksagung können Sie auch eine Kleinigkeit mehr machen als vereinbart:

- Frau Meier, ich habe Ihnen an der Waschtischarmatur gleich ein neues Perlator-Sieb eingesetzt. Das ist mein Geschenk an Sie für Ihr Verständnis...

#### Profi-Tipp:

Eine clevere Chefin aus Norddeutschland hat seit Jahren Ihre Monteure angewiesen, bei jeder Reklamation (auch wenn diese unberechtigt ist) dem Kunden ein kleines Präsent für den persönlichen Ärger (nicht als Ausgleich für den Schaden) zu übergeben. Alle Monteure haben dazu immer einige spezielle Kundenpräsente dabei, z.B.:

- Ein Set mit Bad-Pflegeguide und Microfasertuch
- Ein HaZweiOh-Buch „Verführung im Bad“
- Eine Rose (wird vorher im Blumenladen besorgt)

Bei besonderen Fällen geht die Chefin hinterher persönlich zum Kunden mit einer Flasche guten Wein und entschuldigt sich persönlich.

Die Ergebnisse sind überwältigend: Die Kunden sind vollkommen überrascht und der ursprüngliche Ärger ist plötzlich vergessen. Resultat: Die Firma ist im gesamten Umkreis überdurchschnittlich erfolgreich und hat ein herausragendes Image.

Eine Auseinandersetzung mit einem Kunden können Sie nie gewinnen. Gewinner ist immer der Kunde, wenn sein menschliches Problem behoben wird und die Reklamation erledigt ist. Erst dann können Sie als „zweiter Sieger“ gelten, weil es Ihnen wieder einmal gelungen ist, aus einer Reklamation einen begeisterten Kunden zu machen.



Unsere beiden Autoren Ottmar Kuball (l.) und Werner Heimbach von HaZweiOh sind als Trainer, Berater und Autoren seit vielen Jahren in der SHK-Branche bekannt. Sie bilden auch Monteure zu Serviceprofis aus ([www.hazweiioh.com](http://www.hazweiioh.com)). Speziell für die Mitarbeiter im Handwerk haben sie das „Kursbuch Service“ herausgebracht.

.....