

E-NEWS REKLAMATION ALS CHANCE

Inhalt

1. Chancen:

Bedeutung, Chancen
und Risiken

2. Was Worte be- wirken können:

Positive und negative
Formulierungen

3. Sofortmass- nahmen:

In 5 Minuten umsetz-
bar

Ch.H. Fravi

Christian H. Fravi, lic.oec.HSG
Training und Beratung
Gaichtstr. 30
CH-2512 Tüscherz
Tel. +41 79 611 42 69 oder
Tel. +41 32 325 35 80
christian@fravi-training.ch

www.fravi-training.ch

Reklamation als Chance!

Reklamationen sind genauso wichtig wie Aufträge, ja in vielen Fällen sogar noch wichtiger. Eine erfolgreich behandelte Reklamation führt in der Regel zu einer vertiefteren und besseren Kundenbeziehung. Nicht oder schlecht behandelte Reklamationen führen nicht nur zu Umsatz- und Ertragsverlusten, sondern bewirken auch rasch ein schlechtes Image.



Gesicherte Erfahrungswerte zeigen, dass nur etwa 4 von 100 unzufriedenen Kunden wirklich reklamieren. Diese geben uns die Chance aktiv an der Qualität der Leistungen und unseren Kundenbeziehungen zu arbeiten.

Worauf kommt es an bei der Reklamationsbehandlung? So vielfältig die Ursachen für Reklamationen auch sein mögen, bei der Reklamationsbehandlung kommt es vor allem auf den Umgang mit den Kundengefühlen an. Die sachliche Ebene ist zwar nicht unwichtig, kommt aber erst an zweiter Stelle. Auf den folgenden Seiten finden Sie insbesondere Ideen und Tipps wie Sie:



Kundenreklamationen richtig annehmen und Verständnis und Wertschätzung vermitteln



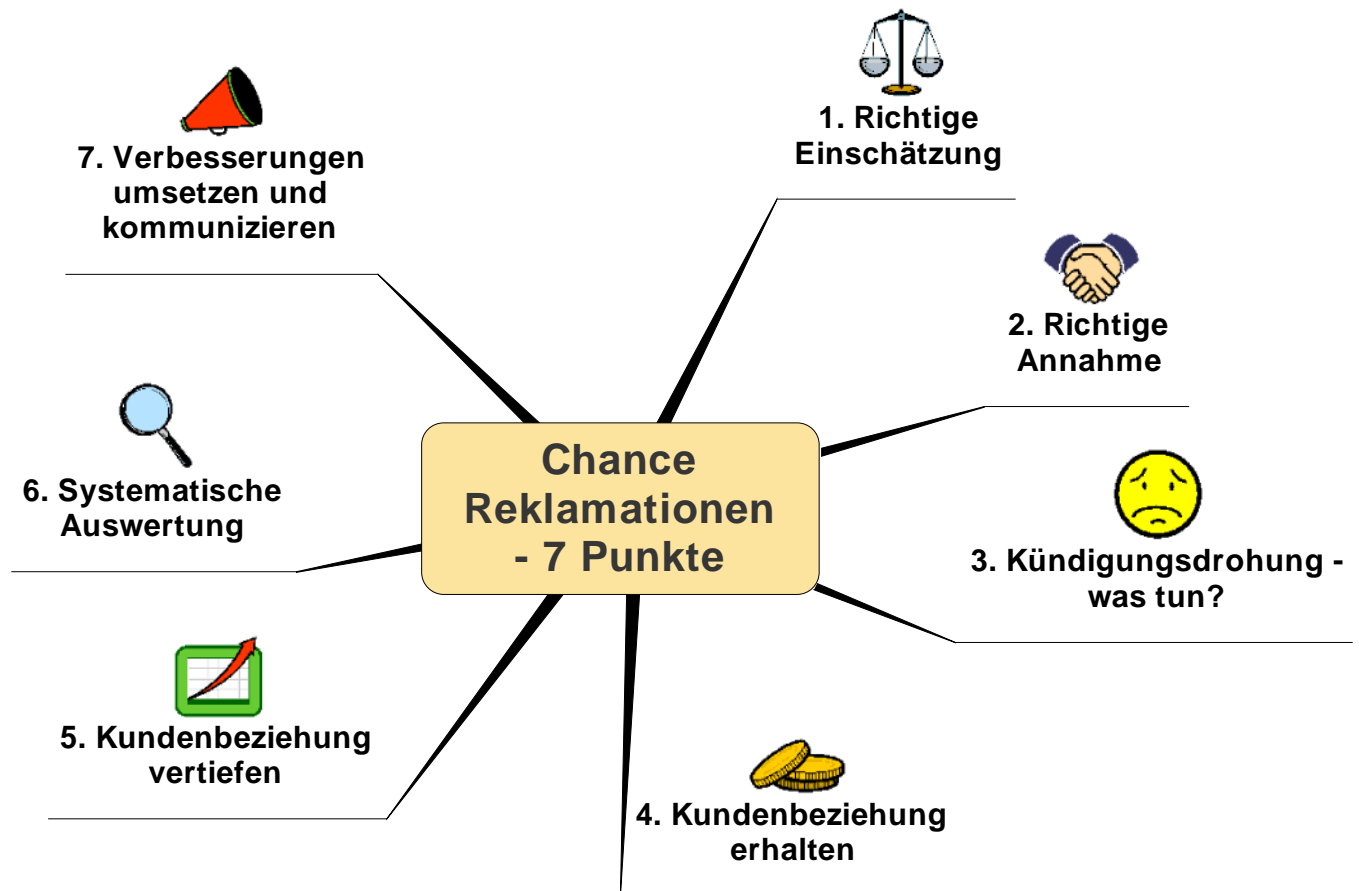
Reklamationen als Chance zur Verbesserung der Kundenbeziehungen gezielt nutzen

Reklamationen werden im Alltag oft zaghaft oder gar nicht behandelt, weil sie als unangenehm empfunden werden. Daher habe ich auf den folgenden Seiten die wichtigsten Punkte für Sie zusammengefasst. Ausprobieren lohnt sich.

Ihr

Christian H. Fravi

1. Chance Reklamation:



Tipp 1: Unterschätzen Sie Reklamation nicht:

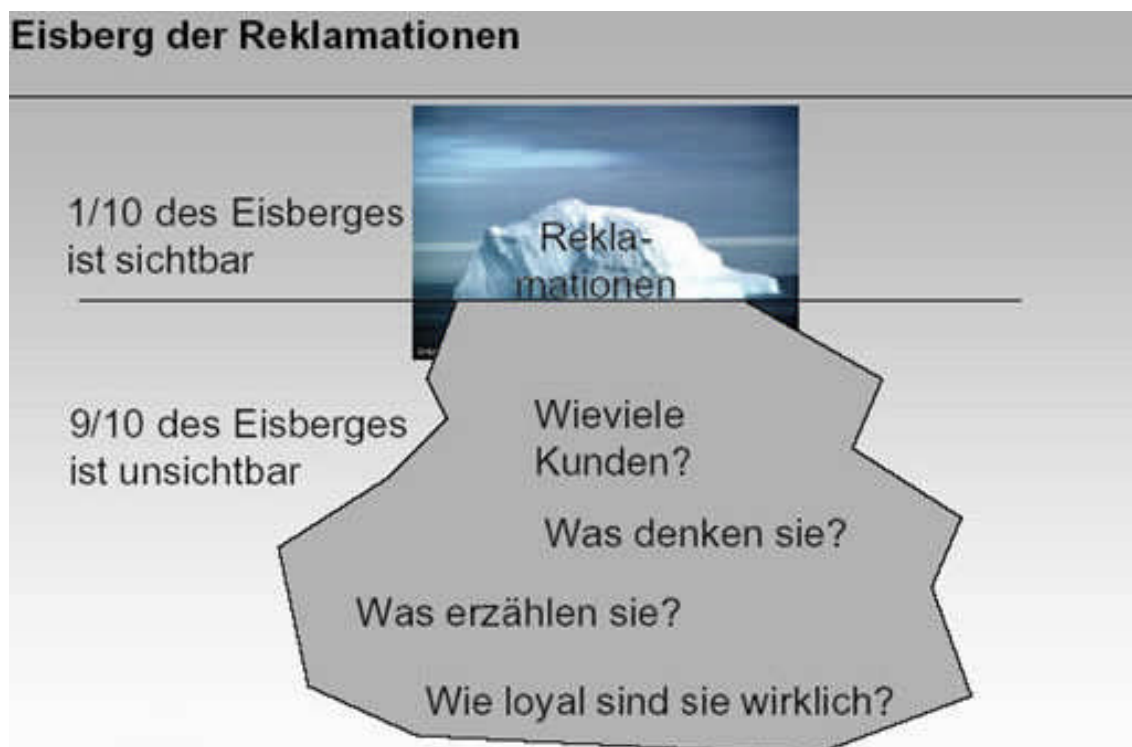
- Unzufriedene Kunden stimmen mit den Füßen ab – d.h. sie verlassen uns stillschweigend. Nur 4 von 100 unzufriedenen Kunden reklamieren.
- Die Gründe, warum Kunden so selten reklamieren sind vielfältig – ein wichtiger Grund ist oft, dass sie schlechte Erfahrungen mit Reklamationen gemacht haben und/oder glauben, dass es sich nicht lohnt zu reklamieren.
- Unzufriedene Kunden erzählen ihre Erlebnisse i.d.R. an 7 bis 10 Personen weiter.
- Der lebenslange Wert eines Kunden ist meist sehr hoch. Faustregel: Jahresumsatz mit dem Kunden Mal 10 bis 40. (Annahme Kunde bliebe uns noch 10 bis 40 Jahre erhalten).
- Reklamationen sind ebenso wichtig wie Aufträge. Es ist oft 7 Mal aufwändiger, neue Kunden zu gewinnen als bestehende zu halten.

Tipp 2: Richtig Reklamationen annehmen:

- Das Vertrauen eines Kunden zu gewinnen dauert Jahre, es zu verlieren Sekunden
- Ein Kunde der reklamiert braucht Ihre volle Aufmerksamkeit
- Wenn Sie keine Zeit für diese Kunden haben, haben diese Kunden keine Zeit für Sie
- Das allerwichtigste bei der Reklamation ist Zuhören, Verständnis und Anteilnahme zeigen
- Gehen Sie nicht in Abwehr- bzw. Verteidigungsstellung
- Entschuldigen Sie sich für Fehler, die gemacht wurden

Tipp 3: Mit Kündigungsandrohung richtig umgehen:

- Die Kündigungsandrohung ist das stärkste Mittel, das der Kunde hat
- Die Androhung der Aufkündigung der Kundenbeziehung ist auf jeden Fall ernst zu nehmen
- Zeigen Sie Verständnis für den Kunden und teilen Sie ihm mit, dass Sie ihn nicht verlieren möchten
- Bitten Sie den Kunden gegebenenfalls um die Chance, ihm zeigen zu können, wie Sie die Reklamation zu seiner vollsten Zufriedenheit erledigen
- Gehen Sie persönlich auf den Kunden ein – behandeln Sie ihn als Mensch und nicht als Nummer



Tipp 4: Kundenbeziehung erhalten:

- Erinnern Sie an das gemeinsame Ziel
- Wenn der Kunde telefonisch reklamiert, vereinbaren Sie wenn möglich mit ihm einen persönlichen Gesprächstermin
- Zeigen Sie Ihr Interesse an der Weiterführung der Kundenbeziehung
- Ein Entschuldigungsschreiben und ein kleines Präsent wirken oft Wunder
- Geben Sie sich mit dem reklamierenden Kunden gleich viel Mühe wie mit einem soeben neu gewonnenen Kunden

Tipp 5: Kundenbeziehung vertiefen:

- Machen Sie einen follow-up Anruf und fragen Sie nach erledigter Reklamation wie der Kunde zufrieden ist
- Überraschen Sie den Kunden mit einem zusätzlichen unerwarteten Service (z.B. Sonderangebot, Einladung an ein Event, kleines Präsent etc.)
- Versichern Sie dem Kunden, dass Ihnen daran liegt, dass er zufrieden ist und es Ihr Ziel ist, ihn wenn möglich als positive Referenz angeben zu können (die Frage nach Referenzen schmeichelt den meisten Kunden, sie muss aber auch im richtigen Moment gestellt werden).

Tipp 6: Reklamationen systematisch auswerten:

- Werten Sie die Gründe für Reklamationen systematisch aus. Dies ist umso wichtiger, weil nur ca. 4 % aller unzufriedenen Kunden reklamieren. Anders gesagt, nur einer von 25 reklamiert.
- Oft lassen sich die häufigsten Reklamationsgründe rasch und relativ einfach beseitigen bzw. abstellen
- Man kann am besten aus Fehlern lernen – aber man muss es auch wollen
- Ein effektives Reklamationsmanagement ist für das Image des Unternehmens auf die Dauer von unschätzbarem Wert
- A friend in need is a friend indeed – Ein Freund in Not ist ein wahrer Freund. Was eine Kundenbeziehung wirklich wert ist zeigt, sich erst bei „schlechtem“ Wetter



**Verdrängte
Gefühle
verlieren
nichts von
ihrer
Dynamik!**

Tipp 7: Verbesserungen rasch umsetzen und kommunizieren:

- Setzen Sie Verbesserungen rasch um, 95 % der verärgerten Kunden bleiben dem Unternehmen treu, wenn das Problem innerhalb von 5 Tagen gelöst wird
- Prüfen Sie die Einführung eines „Meckerkastens“
- Informieren Sie Ihre Kunden regelmässig über wichtige Service- und Produktverbesserungen

2. Was Worte bewirken können:

Positive und negative Formulierungen

Negativ	Positiv
Normalerweise passiert das nicht...	Es tut mir leid, das das passiert ist...
Da müsste ich nachsehen...	Das sehe ich gerne für Sie nach...
So schlimm ist das aber nicht...	Danke, dass Sie mir das mitgeteilt haben...
Sie sind der erste Kunde, der über das reklamiert...	Ihr Hinweis ist wichtig für uns...
Da kann ich doch nichts dafür...	Dafür bin ich verantwortlich...
Ihre Kundennummer bitte...	Können Sie mir helfen und mir die Kundennummer angeben...
Da ist die EDV verantwortlich – wir haben da gar nichts damit zu tun...	Ich helfe Ihnen gerne weiter – damit wir das gut für Sie lösen können, brauche ich noch ein paar Angaben...

3. Sofortmassnahmen:

Mit den nachfolgenden Massnahmen können Sie sich und Ihre Mitarbeiter bei Reklamationen gezielt und sofort fördern und damit bessere Ergebnisse erreichen. Die Aufzählung ist als offene Liste zu verstehen. Anregungen bzw. Erfahrungsberichte dazu nehme ich gerne entgegen. Die Reihenfolge der Massnahme ist als Beispiel zu verstehen und am besten können Sie selbst bestimmen, was für Sie optimal ist.



Nehmen Sie sich genügend Zeit für den professionellen Umgang mit Reklamationen. Das Gegenteil von Liebe ist nicht Hass, sondern Gleichgültigkeit.



Analysieren Sie den bisherigen Umgang mit Reklamationen. Betrachten Sie Reklamationen als Chance und nicht als lästige Störung.



Versetzen Sie sich mal in die Situation eines reklamierenden Kunden und fragen Sie sich, was bei der Reklamationsbehandlung für den Kunden verbessert bzw. vereinfacht werden kann. Die besten Hinweise erhalten Sie, wenn Sie z.B. jemanden den Sie kennen und dem Sie vertrauen mit einer Reklamation beauftragen. Lassen Sie diese Person mit einem typischen Reklamationsgrund im Unternehmen anrufen und werten Sie das ganze systematisch aus.



Beobachten Sie, was Ihre Mitwettbewerber im Falle einer Reklamation machen bzw. für den Kunden unternehmen.



Lassen Sie reklamierende Kunden nicht warten. Wenn die Erledigung der Reklamation länger als 3 bis 5 Tage dauern sollte, geben Sie einen Zwischenbescheid.



Vereinbaren Sie mit dem Kunden das weitere Vorgehen. Ja, fragen Sie ihn auch, wie für ihn eine gute Erledigung der Reklamation aussehen kann. Keine Angst vor übertriebenen Forderungen des Kunden. Meist sind diese mit weniger zufrieden als Sie glauben.



Und denken Sie immer daran: Eine Reklamation ist ebenso wichtig wie ein Auftrag und hat daher mindestens die gleiche Priorität. Es ist mindestens 7 x teurer einen neuen Kunden zu gewinnen als einen bestehenden zu halten.

Leser-Service: kostenlose Zusatztipps für die wirkungsvolle Reklamationsbehandlung:

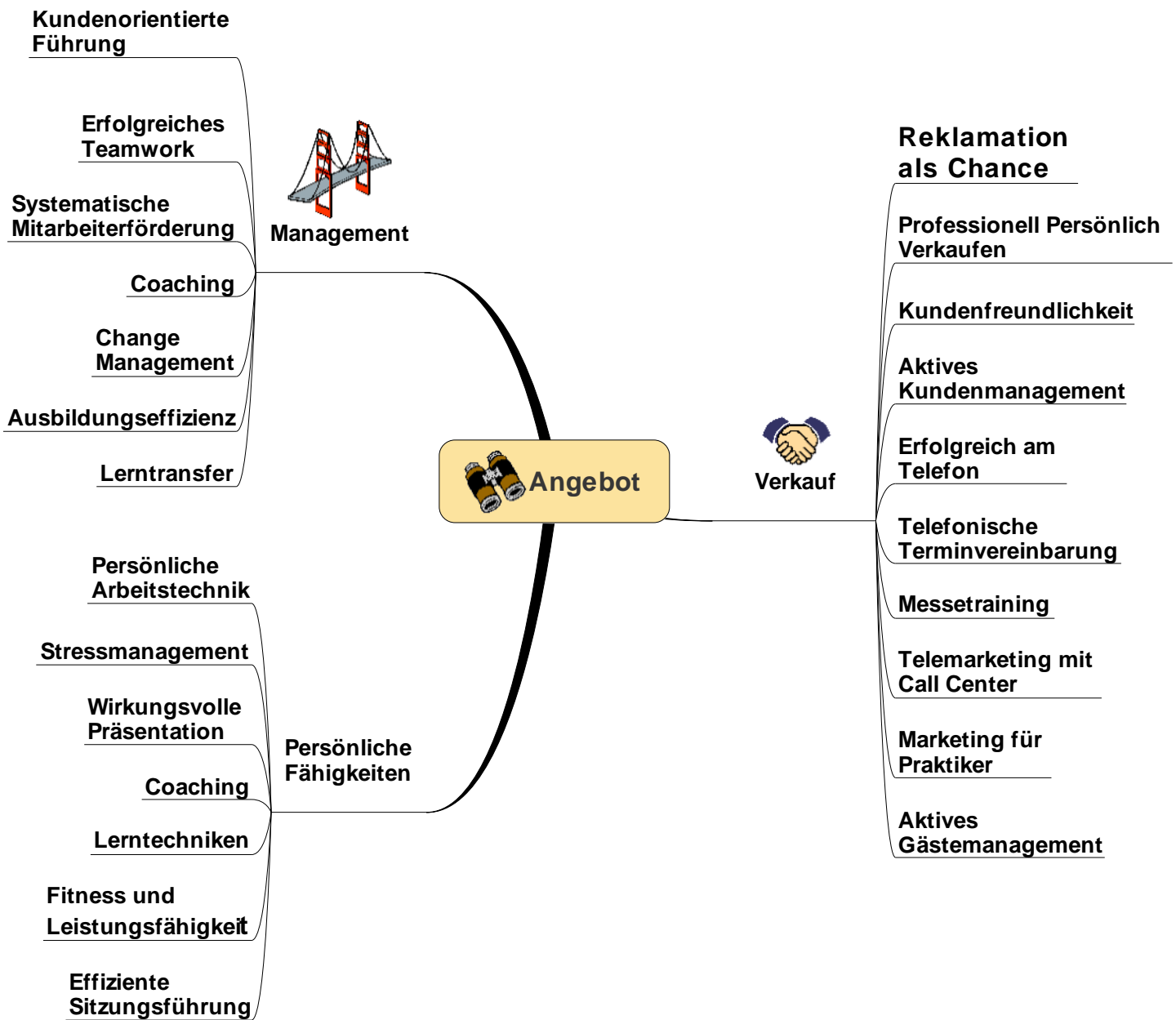
Wollen auch Sie bei der Reklamationsbehandlung noch bessere Ergebnisse erzielen und damit Ihre Wirkung bei den Zuhörern gezielt steigern und mit den Tipps aus diesem E-Newsletter etwas Neues ausprobieren?

Dann unterstütze ich Sie gerne mit einer weiteren Leistung: Ich sende Ihnen zusätzlich gezielte Hinweise, speziell auch Checklisten für die wirkungsvolle Reklamationsbehandlung.

Die Musterunterlagen zusammen mit einem kleinen Leitfaden zum Einsatz stelle ich Ihnen gern kostenlos zur Verfügung. Senden Sie dazu einfach ein Mail mit der Angabe Ihres Namens und dem Vermerk „Musterunterlagen Reklamation“ an folgende Adresse:

christian@fravi-training.ch wenn Link nicht geht, bitte von Hand eingeben. Danke!

Gesamtüberblick Leistungsangebot:



Gerne bin ich Ihr Ansprechpartner für Training, Beratung und Coaching in den oben genannten Bereichen. Es freut mich, von Ihnen zu hören oder zu lesen.
Christian H. Fravi, Training und Beratung, Gaichtstr. 30, CH-2512 Tüscherz,
Tel. +41 79 611 42 69 oder +41 32 325 35 80, Fax +41 32 325 35 81

Mail: christian@fravi-training.ch

Web: www.fravi-training.ch

PS: Alle bis jetzt veröffentlichten E-News finden Sie unter:

<http://www.fravi-training.ch/pages/de/news.php>