

Der unzufriedene Kunde - was tun bei Reklamationen?

**MiniWorkshop von
Michael Berger
das Team Agentur für Marketing GmbH**



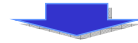
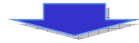
Bitte notieren Sie im Freiraum unter den Darstellungen die Lösung der Aufgaben oder die Schlüsse, die Sie aus den Informationen ziehen!

Zwei Grundfragen zum Nachdenken

*Wie viel
Entgegenkommen
ist nötig?*

+

*Wie wenig
Entgegenkommen
ist möglich!*



Kundenzufriedenheit

➔ **Reklamation systematisch erfassen und bearbeiten**

- Reklamationspatenschaft
- Folgeaufträge nach Reklamation
- ...

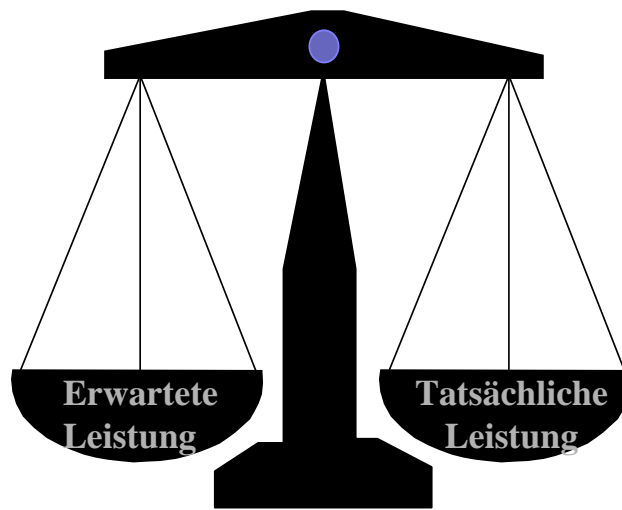
Unternehmensrentabilität

➔ **Finanzabfluss aus dem Unternehmen vermeiden**

- Reklamationsregeln
- Reklamationsprozess
- ...



Kundenunzufriedenheit



**Kundenunzufriedenheit entsteht,
wenn die erwartete Leistung \geq tatsächliche Leistung ist.**

Unsere Kunden beschweren sich nie!?

Doch, nur nicht bei Ihnen!

- .. weil der Aufwand an Zeit und Mühe es nicht wert ist.
- ... weil sie nicht wissen bei wem oder wie sie reklamieren können.
- ... weil sie annehmen, dass die Firma auf Beschwerden ohnehin nicht reagiert – dass sie ihnen gleichgültig sind.
- ...

Messen Sie Ihre Kunden(un)zufriedenheit?



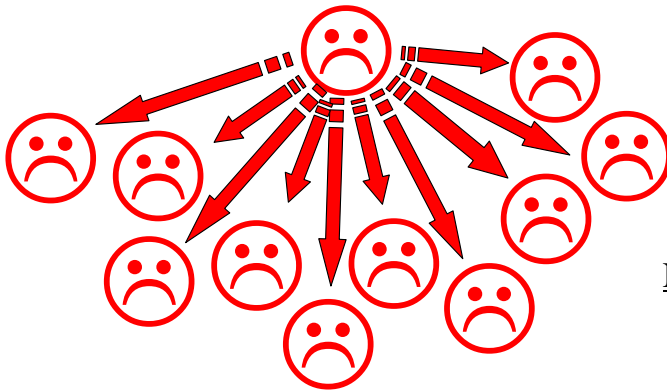
Gründe für Unzufriedenheit

- **Fehlleistungen des Lieferanten/Auftragnehmers**
- **Fehlverhalten des Lieferanten**
- **Fehlverhalten des Kunden (Bedienungsanleitungen, ...)**
- **Ent-Täuschung**
- **Krankhafte Unzufriedenheit des Kunden**
- ...

Wie steigern Sie Ihre Qualität?



Multiplikator-Effekt der (Un-) Zufriedenheit



Der **Unzufriedene** teilt seine Erfahrung 10 bis 33 potentiellen Neukunden von Ihnen mit.

Der **Zufriedene** teilt seine Erfahrung 3 potentiellen Neukunden von Ihnen mit.

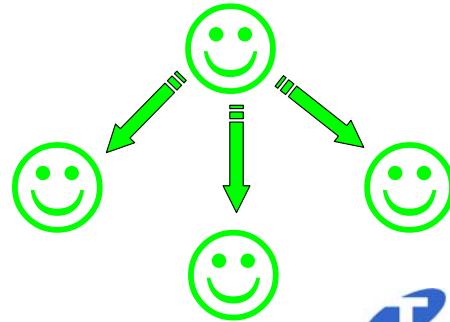


Image-Effekt* der Unzufriedenheit

- Kundenzufriedenheit 75%
75 Zufriedene erzählen es 225 Freunden weiter
25 Unzufriedene erzählen es 500 Freunden weiter
d.h. Ihr Image wird schlechter ☹
- Kundenzufriedenheit 88%
88 Zufriedene erzählen es 264 Freunden weiter
12 Unzufriedene erzählen es 240 Freunden weiter
d.h. Ihr Image bleibt etwa gleich 😊
- Kundenzufriedenheit 95%
95 Zufriedene erzählen es 285 Freunden weiter
5 Unzufriedene erzählen es 100 Freunden weiter
d.h. Ihr Image verbessert sich (langsam) 😊

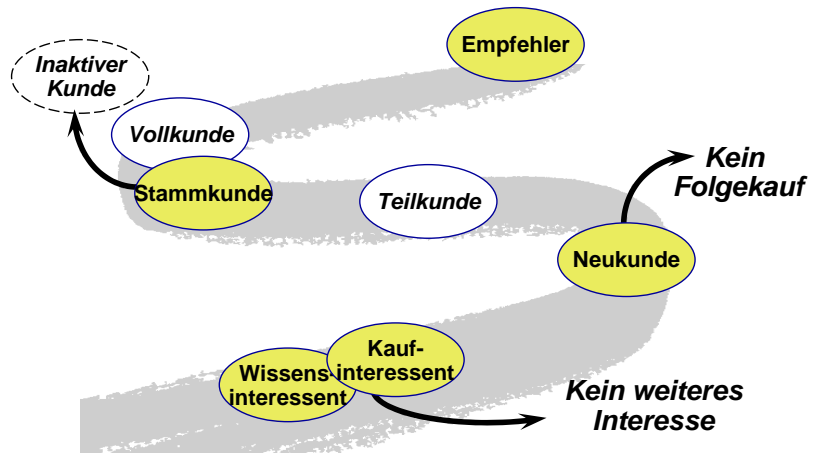
* 3 : 20



**Es ist rentabel, sich Beschwerden geduldig
anzuhören, auf Emotionen der Anrufer
einzugehen und deren Schwierigkeiten und
Ärger aus der Welt zu schaffen.**



Vertrieblicher Effekt der Unzufriedenheit



Wie viele Kunden kaufen ein zweites Mal?



Wichtige Fragestellungen

- **Was ist in Vergangenheit schief gelaufen?**
- **Was ist jetzt gleich zu tun?**
- **Was hat in Zukunft zu geschehen?**
- **Was ist Ihnen die Geschäftsbeziehung wert?**
- ...



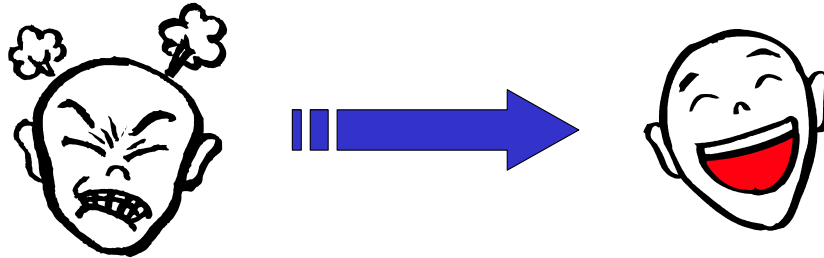
Geld verloren – nichts verloren.

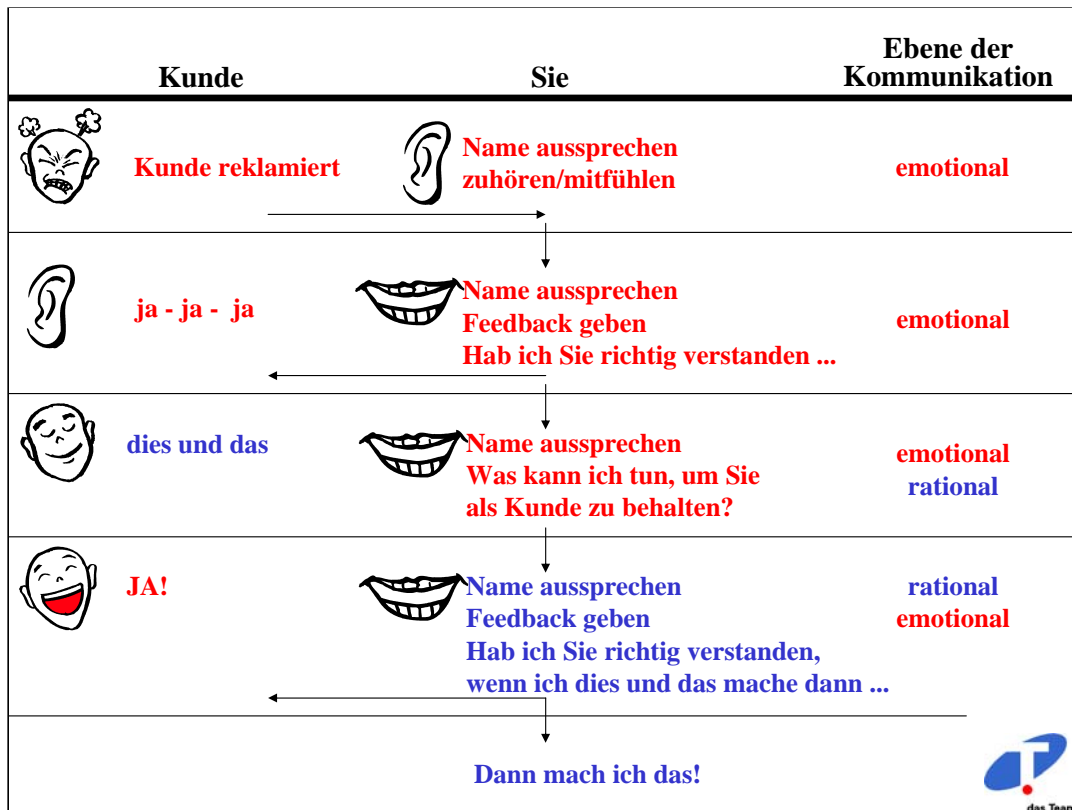
Vertrauen verloren – alles verloren.

Was ist Ihre Meinung dazu?



Vom Minus - zum Plus +





Ziel der Reklamationsbearbeitung

- 1. Den Reklamationsgrund beim Kunden beseitigen.**
- 2. Den Kunden überraschen,
indem er mehr erhält als er erwartet.**
- 3. Die Kundenbindung erhöhen.**
- 4. Innerbetriebliche Mängel beseitigen!**
- 5. Zukünftige Gewinne vorbereiten!**




Die Fingermethode



- **Daumen**
Ich sehe (höre), dass Sie verärgert sind.
- **Zeigefinger**
Es tut mir Leid, dass Sie ein Problem haben und ich bin froh, dass Sie es mir zur Kenntnis bringen. (traurig frohe Aussage)
- **Mittelfinger**
Ich werde mich sofort persönlich um Ihr Problem kümmern.
- **Ringfinger**
Was kann ich tun, damit Sie wieder zufrieden sind?
- **Kleiner Finger**
Sie werden erhalten was wir vereinbart haben und noch ein bisschen mehr.



5 Tipps

1. Aktiv zuhören
 2. Kunde beim Namen nennen
 3. Sagen Sie, dass Sie Notizen machen
 4. Zeigen Sie, dass Sie eine beiderseitige Vereinbarung getroffen haben.
 5. Nächste Schritte aufzeigen und einhalten.
- 

Wie gefällt Ihnen diese Vorgehensweise?



Was fällt Ihnen an dieser Vorgehensweise auf?

Die Schuldfrage wurde nicht diskutiert!

Warum ist es nicht sinnvoll die Schuldfrage zu stellen?

- 1. Sie erkennen, dass die Schuld bei Ihrer Firma liegt.**
- 2. Wenn Sie erkennen, dass die Schuld bei Ihrem Kunden liegt und Sie teilen ihm das mit, kann er sich wie ein Idiot fühlen und wird zukünftige Einkäufe bei Ihnen vermeiden.**



Übung: Richtig fragen bei Reklamationen

Falsche (geschlossene) Fragen

1. Haben Sie das Material falsch gelagert?
2. Ist das Material richtig bearbeitet worden?
3. Haben Sie die Unterkonstruktion geprüft?
4. Haben Sie das Material richtig verlegt?
5. Haben Ihre Leute Fehler gemacht?
6. War die Außentemperatur zu kalt?
7. Haben Sie vor der Weiterverarbeitung
8. ausreichend lange gewartet?
9. Kennen Sie die technischen Anweisungen?

Richtige (offene) Fragen

1. Wie haben Sie das Material gelagert?
2. Wie wurde das Material bearbeitet?
3. Wie sah die Unterkonstruktion aus?
4. Wie wurde das Material verlegt?
5. Wie haben Ihre Leute gearbeitet?
6. Welche Außentemperatur herrschte?
7. Wie lange haben Sie vor der
Weiterverarbeitung gewartet?
8. Wie haben Sie die technischen
Anweisungen befolgt?



Voraussetzungen für ein erfolgreiches Reklamationsmanagement

- **Niedrige Reklamationshürden setzen (ASP, 0130, ...)**
- **Zu Reklamationen ermuntern (Nach-Kauf-Betreuung, Zusatz auf Rechnung, ...)**
- **Fähigkeit Kritik zu ertragen**
- **Flexible Organisation**
- **Motivierte Mitarbeiter**
- **Verbindlichkeit der Zusagen (Reklamationspaten, ..)**



Checkliste für Reklamationsmanagement*

- Welche Erwartungen werden durch meine Werbung geweckt?
- In welchen Richtungen müssen wir die Erwartungen meiner potentiellen Kunden in Zukunft gesteuert werden, um Enttäuschungen zu vermeiden?
- Wie komme ich künftig mit meinen Kunden ins Gespräch um herauszufinden, was an meinen Produkten/Leistungen verbesserungswürdig ist?
- Welche konkreten Schritte werde ich einleiten, damit meine Kunden jederzeit Gelegenheit haben, mit Mitarbeitern meines Unternehmens zu sprechen?
- Auf welchen Wegen werde ich meinen Kunden bekannt machen, dass Anregungen und Beschwerden jederzeit höchst willkommen sind?
- Welche Mitarbeiter werden zuständig für das Beschwerdemanagement sein, und welche Art von Unterstützung benötigen sie?
- Wer wird für die Auswertung der Reklamationen zuständig und mit der notwendigen Kompetenz ausgestattet sein, damit diese Fehler zukünftig nicht mehr vorkommen?
- Wer wird die Mitarbeiter in der Fähigkeit trainieren, Beschwerden anzunehmen und freundlich zu reagieren?
- Welche Inhalte werden die Entschuldigungspakete haben?

* Quelle: Empfehlungsmarketing von Kerstin Friedrich, GABAL Verlag



5 Gründe warum Sie sich über Reklamationen freuen sollten ...

- **Sie haben die Chance die Kundenbindung zu erhöhen.**
- **Sie haben die Chance negative Mundwerbung abzuwenden und Umsatzeinbußen zu vermeiden.**
- **Sie behalten einen Kunden, der sonst vermutlich verloren wäre.**
- **Jeder Reklamierer ist ein Unternehmensberater für Sie!**
- **Je früher Sie interne Fehler aufdecken und beseitigen, desto früher erreichen Sie, dass weitere Kunden schlechte Erfahrungen machen.**



Zusammenfassung

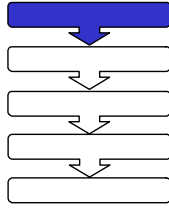
1. Reklamationen sind komplexe, zwischenmenschliche Prozesse, die Training erfordern.
2. Reklamationen sind Chancen, die Kundenbindung zu erhöhen.
3. Reklamationen sorgen für positive Mundpropaganda.
4. Reklamationen sind Chancen der Qualitätsverbesserung.
5. Erfolgreich bearbeitete Reklamationen können bei Ihnen **Endorphine** freisetzen!



So könnte der Reklamationsprozess aussehen:



Phase 1: Zuhören und Rückkoppeln

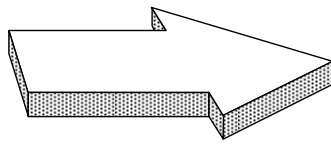


Ergebnisziele	Schlüsselaktivitäten	Teamprozess
<ul style="list-style-type: none">• Kunde findet seinen Ansprechpartner• Reklamation wird bekannt• Kunde fühlt sich verstanden• etc.	<ul style="list-style-type: none">• Kunde erzählen lassen• Verständnisfragen stellen• Angelegenheit ernst nehmen• etc.	<ul style="list-style-type: none">• Wer nimmt Reklamation an?• Information an Produktion und F+E melden• ???



Wenn Sie ...

- weitere Fragen haben
- oder
- mit uns zusammenarbeiten möchten



das Team
Agentur für Marketing GmbH
Budenheimer Weg 67
55262 Heidesheim
eMail info@dasteam.de



Fon 0 6132 - 509 500
Fax 0 6132 - 509 5055

