

Richtiges Beschwerdemanagement



Foto: fotolia

Beschwerden sind unangenehm – doch wer nicht mit „Killerphrasen“ Minuspunkte sammelt und stattdessen mit seinem **positiven und souveränen Verhalten** punktet, kann sogar Kunden binden. Ganz wichtig: Nehmen Sie sich Zeit für die Anliegen Ihrer Kunden und nehmen Sie sie ernst. Ein nettes Entgegenkommen hilft meist über deren ersten Ärger hinweg und man findet gemeinsam und lösungsorientiert zum Ziel.

Im Umgang mit Kundenbeschwerden liegen Chancen, die zu nutzen sich allemal lohnt. Umfragen bestätigen, dass Unternehmen mit einem guten Beschwerdemanagement ihre Kunden langfristig binden können. Über Negatives wird in unserer Gesellschaft viel und gerne geredet. Wenn es nicht gerade eine Geschichte zu erzählen gibt, in der man schlecht behandelt wurde, ewig warten musste, frech angesprochen wurde, Wünsche nicht erfüllt oder Gefühle nicht erwidert wurden, dann hat man sich eigentlich nichts mehr zu sagen. Geht es einem gut, wird das schnell in einem kurzen Satz: „Mir geht’s rundum gut!“ abgehakt. Bevor wir uns gegenseitig von positiven Erlebnissen erzählen, müssen diese schon herausragend sein. Bei Negativem reicht häufig ein kleiner Funke. Ein herausragendes positives Erlebnis

kannt der unkomplizierte und zuverlässige Umgang mit Beschwerden sein. Damit können Sie Kunden begeistern und binden.

Mit Beschwerden richtig umgehen

Situation 1: Sie haben einen Fehler gemacht, zum Beispiel mangelnder Service, Verspätung, das Produkt ist nicht so, wie vom Kunden gewünscht.

So gehen Sie damit um: Hören Sie sich in Ruhe an, was der Kunde vorzubringen hat. Nehmen Sie sich Zeit. Erinnern Sie sich daran, dass jeder Mensch eine Begebenheit anders erlebt und wahrnimmt. Für Ihren Kunden ist alles genau so gelaufen, wie er es erzählt. Wir müssen dies als „seine Wahrheit“ annehmen und er möchte mit seinem Anliegen ernst und wahrgenommen werden.

Ärger vermeiden

Generell ist es gut, für bestimmte „typische“ Kundenbeschwerden im Vorfeld vereinbarte Lösungen zu haben. Es könnte zum Beispiel eine Regel im Betrieb sein, dass Sie bei kleinen Fehlern etwas kostenlos dazu geben. Jeder Kunde wünscht sich einen unkomplizierten und zuverlässigen Umgang mit Beschwerden. Schön ist, wenn gleich der erste Ansprechpartner verspricht, sich um das Anliegen zu kümmern. Seien Sie offen und reagieren Sie auf das, was vom Kunden kommt und nicht darauf, was Sie vom Kunden erwarten.

Versuchen Sie sich in ihn hineinzusetzen und drücken Sie Ihr Bedauern aus: „Ich kann Ihren Ärger gut verstehen. Es tut mir Leid, dass Ihre Erwartung nicht erfüllt wurde.“

Geben Sie Fehler zu. Das macht Sie menschlich. Stellen Sie Positives heraus. Häufig hat der Kunde sich in Rage geredet und sieht nur noch das, was nicht geklappt hat. Erwähnen Sie dann, was gut gelaufen ist und zeigen Sie Verständnis für den Ärger über das, was nicht stattgefunden hat.

Vermeiden Sie sämtliche Rechtfertigungen. Signalisieren Sie also dem Kunden, dass Sie ihn wichtig nehmen und sich verantwortlich fühlen, indem Sie ihm sagen: „Ich werde mich darum kümmern.“ Und geben Sie ihm Sicherheit, indem Sie ihm sagen, bis wann er eine Lösung erwarten kann.

Situation 2: Andere haben einen Fehler gemacht, zum Beispiel das Material ist unbrauchbar, Mitarbeiter haben etwas versprochen, was nicht umzusetzen ist.

So gehen Sie damit um: Auch wenn Sie selbst nichts dafür können, sollten Sie die Verantwortung übernehmen und sich kümmern. In dem Moment sind Sie der Ansprechpartner und ein Kunde unterscheidet nicht zwischen verschiedenen Personen. In der Regel sieht dieser immer das gesamte Unternehmen. Sie sollten niemals Teammitglieder und/oder Lieferanten vor dem Kunden schlechtmachen.

Intern sollten Sie natürlich die entsprechende Person zur Verantwortung ziehen, den Fehler ansprechen und für Konsequenzen sorgen.

Situation 3: Der Kunde will sich aufregen, er setzt die Beschwerde ein, um den Preis zu drücken.

So gehen Sie damit um: Es gibt Kundenbeschwerden, die aus einer generellen Unzufriedenheit des Kunden heraus entstehen. In diesen Fällen sind Sie und Ihr Produkt nur das Ventil, an dem sich anderer Ärger entlädt. Dass ein Kunde sich einfach ärgern möchte, merken Sie in der Regel dann, wenn keines Ihrer Angebote und Lösungsideen angenommen werden oder der Kunde einen unangemessenen Ausgleich fordert. Für diese Fälle ist es wichtig, dass Sie Ihre Grenze kennen: Wie weit sind Sie bereit entgegenzugehen? Diese Grenze ist wichtig, damit Sie nicht den Ruf bekommen, dass man sich nur ordentlich beschweren muss und dann alles umsonst bekommt. Im Zweifelsfall sollte die Entschei-

dung über diese Grenze immer die Geschäftsführung treffen, die hier dann auch das letzte Wort hat.

Damit es erst gar nicht so weit kommt ...

Sie sollten natürlich alles daransetzen, dass es gar nicht erst zu Beschwerden kommt. Wenn Sie eine serviceorientierte Haltung im Betrieb etablieren, dann wird es auch selten zu Unzufriedenheit aufseiten der Kunden kommen. Der Vorteil: Wenn Sie nah an Ihren Kunden sind, dann werden Sie eine mögliche Unzufriedenheit schnell bemerken, bevor eine ausgewachsene Beschwerde daraus wird. Kleine Fauxpas sind natürlich leichter zu beheben als große Fehler. Gehen Sie also nicht über kleine Fehler hinweg und nehmen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden sensibel wahr.

- Stellen Sie Fragen. Nur so können Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden ermitteln. Gehen Sie auf den Kunden zu. Der Kunde fühlt sich ernst genommen.
- Bieten Sie Ihre Unterstützung wertneutral an. So stellen Sie sich nicht über den Kunden.
- Zeigen Sie im ganzen Gespräch Ihr Interesse. So fühlt sich der Kunde als Ganzes gesehen und mit all seinen Bedürfnissen wahrgenommen.
- Holen Sie sich regelmäßig ein Feedback ein. Fragen Sie Ihre Kunden, ob sie zufrieden sind und ob es noch offene Wünsche gibt.
- Loben Sie Ihre Kunden und geben Sie ihnen damit Anerkennung, die jeder von uns gerne bekommt. Zeigen Sie Ihre Freude darüber, dass Ihre Stammkunden gerne zu Ihnen kommen.
- Schaffen Sie durch eine offene und zugewandte Haltung eine Vertrauensbasis, damit Sie sich sicher sein können, dass Ihre Kunden eine mögliche Unzufriedenheit Ihnen gegenüber auch äußern und nicht einfach zur Konkurrenz gehen.

Kundenbeschwerden sind eine Chance, sich und den Betrieb zu optimieren und zu wachsen. Allerdings geht es nicht, wenn Sie oder Ihre Mitarbeiter selbst gestresst, ausgelaugt und permanent am Limit sind. Deshalb gilt: Bei aller Kundenorientierung verlieren Sie sich selbst und Ihr Team nicht aus dem Blick. Sorgen Sie für eine Balance – denn ohne Beschwerden wird es nicht laufen und die sind besser zu ertragen, wenn es auch Ihnen gut geht.

Anika Ruß/Tanja Schroeter

Im nächsten Heft: Grundsätze wirksamer Führung

Die Kommunikations-Profis



Seit 2003 begleiten **Anika Ruß** und **Tanja Schroeter** mit ihrem Bremer Unternehmen Gecko – Agentur für innere Angelegenheiten Menschen in beruflicher Veränderung. Gecko stellt den

Menschen in den Mittelpunkt, denn nur wenn der sich gut und gestärkt fühlt, kann er in seiner Arbeit erfolgreich sein. Das Angebot der Agentur Gecko richtet sich an kleine und mittelständische Betriebe sowie Einzelunternehmungen. In florist geben die beiden in diesem Jahr monatlich wertvolle Tipps für den Betriebsalltag. www.gecko-bremen.de