

Warum spielt gutes Reklamationsmanagement heute eine besondere Rolle?

Früher hat ein Kunde, der mit seiner Beschwerdebehandlung unzufrieden war, etwa zehn Leute aus seinem Umfeld daran gehindert, das entsprechende Geschäft aufzusuchen. Je nachdem, wie stark jemand heute über soziale Medien vernetzt ist, erreicht er mit seinem Ärger eine Vielzahl von Followern. Dadurch kann ein Geschäft Hunderte von Kunden verlieren. Das sind eklatante Folgen mit wirtschaftlichen Konsequenzen.

Das heißt?

Wer in einen perfekten Reklamationsprozess investiert, zum Beispiel in entsprechende Teamschulungen, beugt diesen Kundenverlusten vor. Das kann den Aufwand fürs Marketing und für die Neukundenakquise verringern oder den Geschäftsleuten Rabattaktionen ersparen. Es ist günstiger, Stammkunden zu halten als neue Kunden zu gewinnen.

Was macht einen Reklamationsfall so schwierig?

Der Verkäufer oder die Verkäuferin rechnet nicht damit und wird unter Umständen kalt erwischt. Zudem sind reklamierende Kunden oft emotional. Darum ist es wichtig, erst mal durchzuatmen und zuzuhören. Was zusätzlich stresst, etwa Zeitdruck und die Anwesenheit anderer, blendet man dann am besten aus, um wirklich den Fokus auf den Kunden zu richten. Auf keinen Fall sollte man zum Gegenangriff übergehen, denn dann eskaliert die Situation. Auch wenn der Kunde das Gefühl hat, sein Anliegen interessiert keinen oder man möchte ihn nur schnell loswerden, hat man die falsche Karte gespielt.

Mit wem gibt man einem Reklamationsgespräch gleich die richtige Richtung?

Verständnis zeigen, sich in die Lage des Kunden versetzen, freundlich bleiben, deeskalieren. Das Ziel ist, das Vertrauen des Kunden zurückzugewinnen. Denn seine Enttäuschung über das Produkt oder den Service bedeutet einen Bruch in der Kundenbeziehung. Das Reklamationsgespräch ist die Chance, diese Beziehung zu kitten. Gelingt dies, kann die Kundenbindung sogar stärker sein als zuvor.

Was tun, wenn der Kunde selbst zum Problem beigetragen hat, etwa durch unsachgemäßen Gebrauch eines Produkts? Heikel! Im Vordergrund sollte stehen, mit Fingerspitzengefühl

»Reklamationsmanagement ist genauso wichtig wie ein guter Verkaufsprozess.«

herauszufinden, was passiert ist, um dann eine Lösung zu finden. Die Schuldfrage ist dafür nicht wichtig. Denn selbst, wenn Sie als Verkäufer recht haben sollten, nützt das nichts, um den Kunden zurückzugewinnen. Wer ihn oder sie dumm dastehen lässt, erreicht das Gegenteil.

Was empfehlen Sie?

Ein allgemeiner, empathischer Ton wie »Ist mir auch schon passiert, schauen wir uns dies mal zusammen an« bringt beide weiter als banale Tipps wie »Haben Sie mal die Lautstärke geregelt«, wenn der Ton am Laptop nicht funktionierte. Eine bewährte Formel aus meiner Erfahrung im Customer Service ist: Der Kunde soll sich clever fühlen, nicht klein.

Wie münzt man eine Beschwerde in Verbesserungen um?

Darin liegt die besondere Chance einer Reklamation, die leider viel zu selten genutzt wird! Nach der Reklamation sollte eine zuständige Person die Frage klären, was an dem Produkt oder Service fehlerhaft war, und dann auf den Hersteller zugehen oder den Ablauf verbessern. Große Unternehmen haben dafür ganze Abteilungen, die Reklamationen fürs Qualitätsmanagement nutzen. Doch beispielsweise ein Produkt auslisten, das wiederholt die Kunden vergrämt, das können auch kleine Unternehmen.

Hilft es, aktiv Kundenfeedback einzuholen?

Ja. Denn 50 Prozent der unzufriedenen Kunden beschwerten sich gar nicht oder womöglich woanders! Wer reklamiert, gibt Ihnen die Chance, das Problem aus der Welt zu schaffen. Darum holen Sie Feedback ein, etwa per Kundenkarte, per E-Mail oder in Verbindung mit einem Service.

Haben Sie einen Tipp zum Umgang mit Extremfällen?

Der Knackpunkt ist: nichts persönlich nehmen! Für den Fall, dass ein Kunde beleidigend wird, zeigen Sie Grenzen auf oder bieten die Fortsetzung des Gesprächs zu einem anderen Zeitpunkt an. Wenn Sie Ihr Bestes tun und dennoch nicht weiterkommen, schalten Sie Ihren Chef ein. Dann kommen die Kunden meist runter.

Wird Kulanz eigentlich ausgenutzt?

Dies kommt selten vor und ist zu verschmerzen. Dem stehen die Vorteile von einfachen, kulanten Lösungen für ihr Team, den betroffenen und weitere Kunden gegenüber: Das Reklamationsgespräch läuft glatter, und die Beteiligten sind schneller zufrieden.