

Für Beschwerden sind alle zuständig

Eine interessante Übung ist es, als Kunde in einem Unternehmen anzurufen, um eine Reklamation anzubringen. Wenn man nicht schon in der Warteschlange stecken bleibt – das passiert in vielen Firmen – kriegt man zuweilen Unglaubliches zu hören: «Da bin ich nicht zuständig.» «Der Zuständige ist im Moment nicht erreichbar. Ich weiss nicht, wann die verantwortliche Person zurückkommt.» Oder sogar: «Rufen Sie doch bitte später noch einmal an!» Gerade in einem Kleinunternehmen sollte jede und jeder zuständig sein. Jeder kann den Kundinnen und Kunden erstmals zuhören, die wichtigen Fragen stellen und aufschreiben, damit der Fall richtig abgeklärt werden kann.

Eine einmalige Chance. Wichtig ist, was die Kundinnen und Kunden spüren. Man hört ihnen zu, zeigt Empathie und setzt sich ein, um Lösungen zu finden. Diese müssen nicht einmal unbedingt alle gratis sein: In diesem Fall gehören dann auch Verkaufskompetenzen dazu. Wichtig ist, dass Kundinnen und Kunden am Schluss 100-prozentig zufrieden sind. Unternehmen haben oft nur eine Chance, um das Vertrauen zurückzugewinnen.

Angelernt – aber nicht immer richtig

Weiss man, wie aus Reklamationen Chancen entstehen, nimmt die Angst vor dem Beschwerdemanagement ab. Der Schlüssel zum Erfolg ist die Kommunikation auf Augenhöhe. Dabei müssen wir einige Verhaltensweisen und Regeln, die wir mit unserer Erziehung verinnerlicht haben, anpassen oder über Bord werfen, wie folgende Beispiele zeigen.

Namen und Vorschläge wirken Wunder. Nimmt man eine Beschwerde entgegen, gilt die Regel «Einen Erwachsenen darf man nicht unterbrechen» nur bedingt. Fassen sich die Kundinnen und Kunden sehr langatmig, schweifen vom Thema ab oder erzählen ihre Geschichte zum dritten Mal, dürfen Sie sie durchaus unterbrechen, indem Sie in einer kurzen Atempause deren Namen einwerfen. «Herr Meier?», fragen Sie. Und er wird mit einem fragenden Ja antworten. Fassen Sie dann kurz zusammen, was Sie gehört haben, und bringen Sie das Gespräch mit Ihren Fragen weiter. Sie kommen schneller ans Ziel.

Auch die Regel «Sich entschuldigen ist höflich» ist beim Umgang mit Beschwerden nicht nützlich. Entgegnet ein Mitarbeitender einem verärgerten Kunden: «Es tut mir leid, aber ich kann nichts dafür», bietet er diesem Angriffspotenzial. Je mehr sich der Mitarbeiter entschuldigt und sich rechtfertigt, desto verärgerter werden die Kundinnen und Kunden. Denn sie interessiert nicht, wer den Fehler begangen hat oder warum dieser entstanden ist, sondern welche Lösung ihnen angeboten wird.

Mit Gefühl und Verstand reagieren. Haben Sie gelernt, dass man Druck aufsetzen muss, um sich durchzusetzen? Dann ändern Sie Ihre Strategie. Denn Druck löst Gegendruck aus. Handeln Sie vielmehr mit Gefühl und suchen Sie mit geschickten Fragen gemeinsam nach Lösungen. Falls die Kundinnen und Kunden etwas Unmögliches fordern, erklären Sie, warum dies nicht möglich ist, und unterbreiten Sie ein Angebot. Wiederholen Sie am Ende, worauf Sie sich geeinigt haben.

Oder sind Sie vielleicht eine Ja-Sagerin oder ein Ja-Sager, weil Sie als liebenswürdig gelten

tipp

Stellen Sie die richtigen Fragen



Um gezielt herauszufinden, worüber und weshalb sich die Kundinnen und Kunden beschweren und wie man ihnen weiterhelfen kann, sind folgende Fragetechniken hilfreich:

- Offene Frage: «Wie kam es zu dieser Situation?»
- Gezielte Frage: «Wie viele Kilometer sind Sie bisher gefahren?»
- Geschlossene Frage: «Haben Sie den Ölstand geprüft?»
- Suggestive Frage: «Sie sind doch auch der Meinung, dass ...?»
- Alternative Frage: «Möchten Sie lieber Variante A oder B?»

Abbildung 10 **Beschwerden richtig einordnen**

