

Reklamationen als Chance

Geschickt agieren statt aggressiv reagieren

■ Geschicktes Agieren bei Kundenreklamationen kann gelernt werden. Barbara J. Haas-Schöttli, selbständige PR- und Kommunikations-Trainerin, weiss wie. Als Referentin an einer Clubveranstaltung der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing (GfM) hat sie zahlreiche Interessierte in das spannende Thema eingeführt.

Reklamationen gehen uns alle etwas an. Beinahe tagtäglich müssen wir uns in irgendeiner Weise damit auseinandersetzen, sei dies in der Familie oder im Beruf. Grund genug also, sich – ganz besonders im täglichen Kundenkontakt – eingehender mit dem Thema zu befassen. Denn Tatsache ist: 91 Prozent der enttäuschten Kunden kommen nie mehr, und dazu erzählen sie ihren Frust auch noch weiter!

Barbara Haas-Schöttli, selbständige Unternehmerin und ehemalige Leiterin eines Kundendienstes, hat ihre Erfahrungen mit unzufriedenen Kundinnen und Kunden analysiert und bietet heute als Seminar-Referentin Lösungen, wie Reklamationen zur Kundenbindung, also als echte Chance, genutzt werden können. «Nach einer gut gelösten Reklamation ist die Kundschaft treuer als jene, die nie etwas zu beanstanden hatte», ist Barbara Haas-Schöttli überzeugt.

Konstruktive Kritik als gratis Unternehmensberatung

Vielleicht haben Sie das schon selbst erlebt: Nach einem Essen im Restaurant kommt der Kellner und fragt: «Ist es recht gewesen?» Und was antworten Sie? Zum Beispiel, wenn das Entree ziemlich zäh war? Genau, es gibt zwei Möglichkeiten. Nämlich den bequemeren Weg, Sie sagen ja, ja und gehen einfach nie mehr hin. Oder Sie wählen den mutigeren Weg und sagen offen und direkt, was Sache war. In diesem Sinne bedeutet eine konstruktive Kritik, also Ihre Reklamation, für den Gastgeber eine kostenlose Unternehmensberatung! «Doch sind Menschen,



Reklamationspezialistin Barbara Haas-Schöttli spricht aus Erfahrung und tischt keine Theorien auf.

drohen mit dem Anwalt und schwindeln sogar, wenn sie etwas gratis wollen.» Wie soll nun mit solchen Situationen positiv umgegangen werden?

Wie kann man Kundinnen und Kunden kooperativ einstellen?

RIWELA heisst die Zauberformel: R wie ruhig bleiben! Nicht ärgern, nur wundern, lautet hier die Devise. Regelmässig eigenen Stress abbauen.

I wie Interesse zeigen. Wer richtig fragt, führt. Aktiv zuhören und Feedback geben.

W wie Worte wecken Gefühle. Keine Rechtfertigungen!

E wie Empathie, d.h. Verständnis zeigen.

L wie gemeinsam Lösungen suchen und vorschlagen (diese müssen nicht immer gratis sein).

A wie Abschluss: Abgemachtes kurz wiederholen und Versprechen halten!

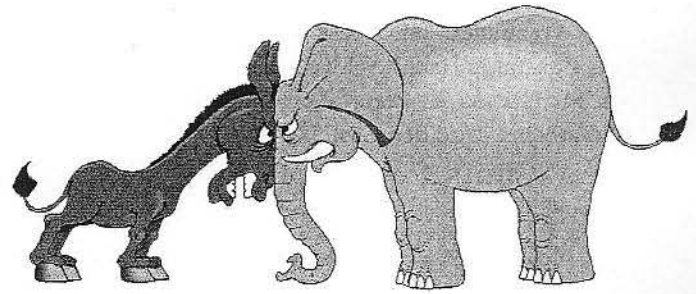
Und wie verhält sich Barbara Haas-Schöttli selbst? Hat sie in jeder Situation immer die richtige Lösung bereit? «Nein, nicht immer, aber wenn man sich die Mühe gibt, zu suchen, findet man immer Lösungen», sagt die Reklamationsspezialistin selbstbewusst. «Abklären und später Bescheid geben, ist eine Teillösung. Und es gibt uns Zeit, nachzudenken. So nach dem Motto vom Dalai Lama: Gibt es eine Lösung für dein Problem? Dann hast du ja kein Problem. Existiert keine Lösung? Dann hast du auch kein Problem!»

Heute erleichtert die Anwendung von RIWELA das Leben vieler Kundendienstspezialisten. Sie nutzen Reklamationen als Chance, Kunden in Stammkunden zu wandeln und als kostenlose Unternehmensberatung!

Christina Bösiger

Zur Person:
Barbara J. Haas-Schöttli,
BHS Training,
1817 Brent-Montreux
www.bhs-training.ch

Seit 1984 selbständige PR- und Kommunikations-Trainerin. Als Prokuristin hat sie vier Jahre lang einen Kundendienst geführt.
Ihre Themen: Verkaufs-Workshops, Reklamationen als Chance, Telemarketing, Mitarbeiterführung, Stress- und Zeitmanagement, Gedächtnistraining.



Druck löst Gegendruck aus, das ist ein physikalisches Gesetz.

WORTE WECKEN GEFÜHLE!

Anstatt	Sage ich eher
1. Wir können leider erst in 3 Tagen liefern. Leider können wir nicht vor 3 Tage liefern.	1. Ich tue jetzt sofort..., somit bekommen Sie es vor Mittwoch...
2. Wir haben Lieferschwierigkeiten, weil Stress, krank, Ferien, Panne, Defekt, Zollprobleme...	2. Im Moment... grosse Nachfrage darum verschiebt sich der Termin um 3 Wochen. Müssen wir eine Übergangslösung finden oder geht dieser neue Termin für Sie?
3. Wir haben einen Computerabsturz!	3. Nichts sagen oder Im Moment kein Zugang... Ich kläre ab und rufe vor Mittag zurück.
4. Ich rufe in 10 Minuten zurück!	4. Ich kläre jetzt sofort ab und...
5. Wir tun so schnell wie möglich...	5. ...gebe Ihnen auf alle Fälle morgen....
6. Ich tue mein Möglichstes...	6. ...vor 10 Uhr Bescheid.
7. könnte versuchen, wir hätten, Sie würden	7. Ich kümmere mich persönlich und tue...
8. Wenn Sie nicht mindestens für Fr. 500.– bestellen, muss ich Ihnen leider Porto verrechnen. Sie müssen halt mehr bestellen, sonst gibt es Kleinmengenzuschlag!	8. Sie wissen, dass Sie ab Fr. 500.- von der Lieferung frei Haus profitieren? Ich sehe in Ihrer Kundenkartei, dass Sie regelmässig xy brauchen. Wollen Sie 6 oder genügen 3?
9. Ich habe da noch ein kleines Problem	9. Wichtige Frage, Punkt, Anliegen
10. Kein Problem, OK	10. Ich kümmere mich persönlich darum...
11. Nein, unmöglich, geht nicht weil... Nein, das haben wir leider nicht...Nein, das kann ich nicht garantieren...	11. Was brauchen Sie genau? Wieviel? Wann? Ich schlage Ihnen folgende Lösungen vor: Teillieferung, äquivalentes Produkt, andere Dienstleistung...
12. Entschuldigen Sie, aber da kann ich nichts dafür. Sorry, tut mir leid, aber das ist die Abteilung...	12. Ich verstehe, für Sie ist wichtig, dass...darum schlage ich Ihnen folgende Lösungen vor...
13. Nein, Sie haben falsch verstanden!	13. Was nutzt die Suche nach Schuldigen? Was ich gemeint habe ist ...Feedback
14. Sie haben recht, aber...	14. Ich verstehe, Sie brauchen jetzt... Lösungen
15. Darf ich... wären Sie interessiert?	15. Brauchen Sie / Wollen Sie A oder lieber B?