

# Jede Beschwerde ist ein gutes Signal – Nutzen Sie Reklamationen als Chance

29. September 2015 / von Martin Limbeck



Für jeden, der im aktiven Kundenkontakt steht, sind Beschwerden und Reklamationen so sicher wie das Amen in der Kirche. Ich bin immer wieder erstaunt, wie leicht sich ansonsten souveräne Experten von wütenden Kunden aus der Bahn werfen lassen. Ein reklamierender Kunde, egal ob es sich um ein Produkt oder eine Dienstleistung handelt, ist kein Störfall, sondern ein wichtiger Umsatzfaktor. Er gibt wichtige Hinweise auf Verbesserungsmöglichkeiten im Produkt- oder Servicebereich. Wenn Sie eine Reklamation souverän behandeln und lösen, haben Sie einen besonders treuen und begeisterten Kunden gewonnen. Und denken Sie daran: Nur 5 % der Kunden beschwerten sich. Nur diese kleine Anzahl macht sich überhaupt die Mühe zu kommen und über ihren Ärger zu sprechen. Das heißt zwischen den Zeilen: Ich brauche Ihre Hilfe! Gewähren Sie ihm diese Hilfe und profitieren Sie davon.

## So begeistern Sie auch kritische Kunden: 7 Tipps im Umgang mit Beschwerden

- Hören Sie aktiv und konzentriert hin:** Die ersten fünf Sekunden des Gesprächs entscheiden über dessen Verlauf. Lassen Sie nur den Kunden sprechen, unterbrechen Sie ihn nicht, hören Sie genau hin und machen Sie sich Notizen, um alle Details der Reklamation zu erfassen. Mit Hinhörlauten („Auch das noch ...“, „ja“, „ich verstehe“, „mhm“ etc.) unterstreichen Sie, dass Sie sich ernsthaft für Ihren Kunden und dessen Anliegen interessieren.
- Zeigen Sie Verständnis für den Ärger und lösen Sie so den emotionalen Knoten im Gespräch:** Setzen Sie alles daran, die emotionale Ebene von Konflikten zu bereinigen, sonst dringen Sie auf rationaler Ebene nicht zum Beschwerdeführer durch. Nehmen Sie die Reklamation wirklich ernst und signalisieren Sie Verständnis und Bedauern für den Ärger des Kunden. Wenn er sich beruhigt hat, filtern Sie die reinen Fakten aus den Emotionen des Kunden heraus. Entschuldigen Sie sich mit einer Formulierung wie: „Es tut mir leid, dass Sie solche Unannehmlichkeiten hatten!“
- Achten Sie auf Ihre „Selbstgespräche“ und Formulierungen:** Freundlichkeit und Gelassenheit sind das A und O bei der Reklamations-Behandlung. Selbst wenn der Kunde unhöflich oder aggressiv wird, müssen Sie die Ruhe bewahren. Ignorieren Sie maßlose Übertreibungen und versuchen Sie, die Lage sachlich darzustellen. Gelassenheit ist hier das oberste Gebot!
- Erfassen Sie den Sachverhalt genau:** Stellen Sie offene Fragen, um den Beschwerdegrund genau zu qualifizieren. Wenn Sie den Kunden mit Ja-Nein-Fragen bombardieren, werden Sie nie zu den Kernfakten seiner Reklamation vordringen. Signalisieren Sie, wie wichtig Ihnen die Reklamation ist. Nehmen Sie das Anliegen absolut ernst!
- Erarbeiten Sie gemeinsam mit dem Kunden eine Lösung:** Mit Alternativvorschlägen geben Sie dem reklamierenden Kunden das Gefühl, dass dieser wählen kann – so holen Sie ihn aus der leidenden Position heraus und geben ihm eine aktive Rolle. Er fühlt sich so als Mitentscheider. Legen Sie gemeinsam die nächsten Schritte, Maßnahmen und den dafür vorgesehenen Zeitraum fest. Versprechen Sie nichts, was Sie nicht hundertprozentig halten können! Stellen Sie fest, dass der reklamierte Fehler tatsächlich auf der Seite Ihres Unternehmens liegt, geben Sie diesen Fehler zu und entschuldigen Sie sich aufrichtig. Denn: Wer oder was genau für den Fehler zuständig ist, interessiert den Kunden nicht, denn er betrachtet Sie als Repräsentanten des gesamten Unternehmens. Verkneifen Sie sich allerdings einen sichtbaren Triumph, wenn klar wird, dass das Verschulden eindeutig beim Kunden liegt. Bleiben Sie sachlich und verabschieden Sie sich freundlich-erleichtert: „Ich bin froh, dass wir den Fall gemeinsam für Sie geklärt haben.“
- Bedanken Sie sich beim Kunden für die Chance, die er Ihnen bietet, seine Herausforderung zu lösen.** Bedanken Sie sich auch dafür, dass er Ihnen überhaupt ein Feedback gegeben hat – nur so verbessern Ihr Unternehmen und Sie selbst Ihren Service.
- Kümmern Sie sich persönlich um die Erledigung der Reklamation:** Stoßen Sie die sorgfältige Bearbeitung im Sinne des Kunden sofort an, „überwachen“ Sie die Erledigung der Reklamation, überraschen Sie Ihren Kunden mit einer schnellen Abwicklung und eventuell auch mit einem kleinen Geschenk. Überprüfen Sie das Ergebnis der Reklamationsbehandlung und stellen fest, ob sie zur Zufriedenheit des Kunden verlaufen ist. Trifft dies zu, haben Sie die Möglichkeit, direkt einen neuen Auftrag zu verhandeln!

## Machen Sie Beschwerdeführer zu Ihren besten Empfählern

Neben der Pflicht, jede Beschwerde des Kunden ernst zu nehmen, nutzen Top-Verkäufer jede Reklamation auch als Möglichkeit, Stammkunden zu binden und Neukunden zu gewinnen – ganz nach dem Motto „Nach der Reklamation ist vor dem Abschluss“. Rufen Sie Ihren Kunden doch zwei Wochen nach der erfolgreich erledigten Reklamation an und fragen Sie nach, ob alles in Ordnung ist oder ob er noch Hilfe oder Unterstützung von Ihnen benötigt. Sie werden feststellen, dass Ihr Kunde überrascht und erfreut über soviel Service sein wird. Wenn der Kunde den nächsten Auftrag zu vergeben hat, stehen Sie ganz vorne. Außerdem können Sie diese positive Situation dazu nutzen, Ihren Kunden zu fragen, ob er eine Empfehlung für Sie aussprechen möchte. Bei solch einem aufmerksamen Service wird er das bestimmt gerne tun – und schon haben Sie die nächste Chance auf einen erfolgreichen Abschluss.

Bekommen Sie eine Empfehlung, sind Sie verpflichtet, dieser auch nachzugehen. Das erwartet Ihr Empfehlungsgeber. Er ist zu Recht enttäuscht, wenn Sie seine Empfehlung ignorieren – denn demonstrativer können Sie Ihrem Kunden gar nicht zeigen, wie gering Sie seine Empfehlungsbemühungen und damit auch ihn selbst schätzen.

Informieren Sie Ihren Empfehlungsgeber auch zeitnah darüber, wie die Reaktion seines Geschäftspartners, Kollegen, Partners etc. ausfiel. Ihr Kunde fragt spätestens bei Ihrem nächsten Besuch nach, was aus der Empfehlung geworden ist oder hakt selbst direkt bei seinem Empfohlenen nach. Bringen Sie sich also nicht selbst in Verlegenheit und kontaktieren Sie die Empfohlenen immer kurzfristig.

Fassen Sie Beschwerden und Reklamationen immer als Interesse an Ihrem Produkt bzw. Ihrer Dienstleistung auf und machen Sie sich klar: Reklamationen, egal welcher Art, sind keine meterdicken Wände, vor denen Sie als Kundenberater oder Verkäufer kapitulieren müssen, sondern Türen, für deren Schlösser Sie die passenden Schlüssel in der Hand halten. Stehen Sie hinter dem, was Sie verkaufen, hinter Ihrer Leistung und vor allem hinter sich selbst!

## Get Connected



## Kategorien

Vertrieb

Marketing

Akquise

Unternehmen

## snapADDY Grabber

Adress- und Kontaktdaten einheitlich sammeln.

snapADDY Grabber installieren



SOFTWARE  
MADE IN  
GERMANY



### Gastbeitrag von Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group und einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Seit 23 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. Bis heute trat er bereits in mehr als 20 Ländern auf der ganzen Welt auf. Nicht nur in seinen provokativen und motivierenden Vorträgen, sondern auch in den umsetzungsorientierten Trainings steht das progressive Verkaufen in seiner Ganzheit im Mittelpunkt. Dies hat den Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012 und Top-Speaker of the Year 2014 in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Redner gemacht.

Mehr Infos auf [www.ml-trainings.de](http://www.ml-trainings.de)