

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei


Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

Berater

Warum Reklamationen bares Geld wert sind

“Der unzufriedenste Kunde ist auch der, von dem du am meisten lernen kannst.“ Das hat niemand geringeres gesagt als Bill Gates. Der Mann muss es wissen. Vergessen Sie nie: Unzufriedene Kunden erzählen Ihre schlechten Erfahrungen weiter.

Die Limbeck-Kolumne



“Es ist positiv, dass der Kunde mit der Reklamation zu Ihnen kommt!”

Mit Microsoft hat er ein milliardenschweres Unternehmen aufgebaut, und auf dem Weg dahin gab es sicherlich mehr als nur eine Handvoll unzufriedener Kunden, die ihm sein Betriebssystem am liebsten um die Ohren gehauen hätten.

Ganz an die Spitze schafft es nur, wer auch in Sachen Beschwerdemanagement Vollgas gibt und alles dafür tut, unzufriedenen Kunden wieder ein Lächeln aufs Gesicht zu zaubern. Denn Reklamationen sind kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken. Sie bieten Ihnen vielmehr eine wertvolle Chance, Kunden langfristig an Ihr Unternehmen zu binden.

Kundenzufriedenheit als höchstes Gut

Lassen Sie mich kurz eine kleine Anekdote erzählen. Ich war vor einiger Zeit mit meinem Auto auf dem Weg zum Vortrag eines Kollegen, da leuchtete auf einmal ein Lämpchen am Armaturenbrett auf. Motorleuchte – ganz schlecht. Gleichzeitig ging auch die Motorleistung runter und mir war sofort klar, dass da wirklich etwas im Argen war.

Mehr zum Thema Coaching für Finanzberater



Um es kurz zu machen: Ich fuhr auf einem Rastplatz raus und rief Porsche Assistance an. Und was ich dann erlebte, war wirklich mehr als vorbildlich: Innerhalb kürzester Zeit war der Abschleppwagen da, ein Taxi brachte mich zu meinem Mietwagen, den mir Porsche kurzerhand organisiert hatte. Alles lief wie am Schnürchen, ich kam sogar noch pünktlich am Ziel an.

Früher hätte mich so etwas völlig aus der Bahn geworfen. Für mich ist Porsche ein echtes Vorbild in Sachen Beschwerde- und Krisenmanagement: Da wird “Customer Care“ großgeschrieben.

Klar ist es ärgerlich, wenn dir sowas passiert. Doch es sind gerade solche Härtefälle, in denen du merkst, ob du als Kunde nur als “Geldspender” gut bist – oder ob sich wirklich um deine Bedürfnisse gekümmert wird und das Unternehmen Wert auf deine Zufriedenheit legt.

Seite zwei: Nobody’s perfect!

[Berater](#)

Warum Reklamationen bares Geld wert sind

Leider sieht das nicht überall so aus. Für viele Unternehmen sind reklamierende Kunden immer noch lästige Störenfriede. Auch in meinen Seminaren habe ich hin und wieder mit langjährigen Verkäufern zu tun, deren Ego überspritzt gesagt so groß ist, dass sie kaum durch die Tür passen. Für solche Typen sind Reklamationen der ultimative Super-GAU.

Meistgelesen im Ressort Berater



Scheinrückzug von Google:
Die "Alphabetisierung" der
Assekuranz



Digitalisierung ist (noch)
das geringste Problem der
Lebensversicherung



MLP kündigt
Sparmaßnahmen an

Auch einem [Top-Verkäufer](#) passieren Flüchtigkeitsfehler. Doof, doch sowas passiert. Irren ist Menschlich. Entscheidend ist, dass Sie dann auch dafür geradestehen und auch menschlich darauf reagieren. Denn in dieser Situation trennt sich die Spreu vom Weizen. Hier wird unterschieden zwischen Topverkäufern und scheinbar unfehlbaren Ego manen – und auch darüber, wer Kunde bleibt und wer dauerhaft verloren ist.

Kundenreklamation ist positiv

Erst einmal sollte Ihnen eine Sache einleuchten: Es ist positiv, dass der Kunde mit der Reklamation zu Ihnen kommt! Er hätte auch schon längst seinen Vertrag widerrufen oder kündigen und sein Geld zum Wettbewerber schaffen können. Hat er jedoch nicht.

Und deswegen sollten Sie die Ohren spitzen und genau hinhören, denn es ist noch lange nicht alles verloren. Reklamierende Kunden geben Ihnen wertvolle Hinweise, wo es in Ihrem Unternehmen oder an Ihrem Produkt noch etwas zu verbessern gibt.

Haben Sie schon mal vom Beschwerde-Paradoxon gehört? Es besagt, dass Kunden, die etwas reklamieren, nach erfolgreicher Abwicklung sogar zufriedener mit dem Unternehmen sind als Kunden, die bisher nie Grund zur Unzufriedenheit hatten.

"Beschwerden haben wir bei uns im Haus so gut wie nie." Solche Sprüche habe ich auch schon öfter gehört. Haben Sie schon mal darüber nachgedacht, dass eine geringe Reklamationsquote noch lange nicht den Umkehrschluss erlaubt, dass Ihre Kunden zufrieden sind?

Seite drei: [Mit ISCA zur erfolgreichen Reklamationsbearbeitung](#)

[Drucken](#)
[Weiterleiten](#)
[Kommentieren](#)

Teilen bei



[Mehr zum Thema](#)

[Coaching für Finanzberater](#)
[Berater](#)

[Startseite](#)

[Kontakt](#)

Berater

Warum Reklamationen bares Geld wert sind

Studien belegen, dass gerade einmal magere fünf Prozent sich überhaupt beschweren, wenn etwas schief läuft. Das heißt für Sie, dass Sie eigentlich doppelt froh sein müssen, wenn einer den Mund aufmacht. Denn für Ihren Klienten bedeutet das zusätzliche Mühe: Nachdem er sich geärgert hat, nimmt er sich auch noch die Zeit, mit Ihnen darüber zu sprechen. Und das würde er wohl kaum tun, wenn ihm nicht doch etwas an der Geschäftsbeziehung mit Ihnen liegt, oder? Er gibt Ihnen damit eine extrem wertvolle zweite Chance, ihn doch noch zu einem zufriedenen Kunden zu machen. Das sollten Sie sich auf keinen Fall entgehen lassen!

Mit ISCA zur erfolgreichen Reklamationsbearbeitung

Damit es Ihnen gelingt, die unangenehme Situation sowohl im Sinne des Kunden als auch Ihres Unternehmens zu lösen, sollten Sie selbstbewusst auftreten und zeigen, dass die Fehlerbeseitigung für Sie oberste Priorität hat. Kennen Sie ISCA? Das ist keine neue, amerikanische Autorennserie, sondern eine Methode, mit der Sie in Reklamationsgesprächen einen kühlen Kopf bewahren.

-> **I** dit it! – Schieben Sie es nicht auf einen Kollegen, der angeblich bei der Eingabe der Kundendaten ins CRM gepennt hat. Geben Sie offen und ehrlich zu, dass Ihnen da ein Fehler unterlaufen ist. Ehrlich währt hier definitiv am längsten.

-> **S**orry – Sie sind in dieser Situation Stellvertreter Ihres Unternehmens. Selbst wenn es nicht an Ihnen lag, dass etwas schief gegangen ist – bitten Sie dennoch aufrichtig um Entschuldigung.

Meistgelesen im Ressort Versicherungen



Scheinrückzug von Google: Die "Alphabetisierung" der Assekuranz



BU-Arglistanfechtung – nach zehn Jahren aufatmen?



Digitalisierung ist (noch) das geringste Problem der Lebensversicherung

-> **C**orrection – "Zuerst einmal müssen Sie ...", "Zuerst sollten Sie ..." – kommen Sie dem Kunden nicht mit Ausflüchten. Es liegt an Ihnen, jetzt aktiv zu werden und eine Lösung anzubieten, wie Sie die Kuh vom Eis bekommen. Ausschlaggebend sollte hier immer sein, dass der Kunde nach Möglichkeit absolut keine Mühe damit hat. Gerade in dieser Phase sollten Sie engen Kontakt halten und Ihren Klienten regelmäßig darüber informieren, was gerade passiert – damit er sich ernst genommen fühlt und sieht, dass Ihnen seine Zufriedenheit wirklich am Herzen liegt.

-> **A**nalysis – Abhaken und weiter nach Schema F? Nichts da: Wenn die Situation bereinigt ist, sollten Sie sich die Zeit nehmen, genau zu überprüfen, woran es gelegen hat und was Sie und unter Umständen auch Ihre Kollegen tun können, um diesen Fehler zukünftig zu vermeiden.

Und wissen Sie, womit Sie wirklich überraschen können? Rufen Sie ihn 14 Tage nach der Bearbeitung noch einmal an und vergewissern Sie sich, ob nun alles zu seiner Zufriedenheit ist. Was glauben Sie, wie erfreut Ihr Kunde sein wird, dass Sie ihm so viel Aufmerksamkeit schenken.

Vergessen Sie nie: Unzufriedene Kunden erzählen Ihre schlechten Erfahrungen weiter – doch noch viel lieber und häufiger berichten sie von ihren positiven Erlebnissen mit einem Unternehmen.

Martin Limbeck ist einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Er ist seit mehr als 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen sowie Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen. Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Nils Schwarz – Martin Limbeck Trainings

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt