

NETWORK-KARRIERE

Europas größte Wirtschafts-Zeitung für den Direktvertrieb

Praxisgebühr: „Die beste Lösung wäre die Abschaffung!“

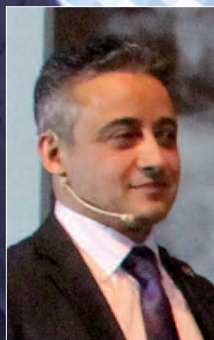
Bundes-Gesundheitsminister Daniel Bahr im Network-Karriere-Interview



„Mit Herz dabei“:
Kai-Uwe Hausmann
über das Cellagon-
Geschäft



Prof. Dr. Grönemeyer:
Das Herz, das
schmerzt, braucht
Zuwendung



200 Mio. Kunden
im Visier:
FlexKom startet jetzt
auch in Europa



Dr. med. Petra
Wenzel:
Killerspiele: Du bist,
was Du denkst



Rolf Sorg,
PM-International:
Der Innovator, der
Maßstäbe setzt

Tun Sie sich was Gutes, lesen Sie was Gutes: Die Network-Karriere.



„Eine Reklamation ist eine Chance“

So halten Sie Stammkunden und gewinnen Neukunden

Sehen Sie eine Reklamation gelassen. Ein reklamierender Kunde ist eine Chance, denn er gibt Ihnen und dem Unternehmen Hinweise auf verbesserungsfähige Unternehmensbereiche und Produkteigenschaften. Wenn ein Kunde reklamiert, dann ist er bereit, mit Ihnen und Ihrem Unternehmen zu kommunizieren. Haben Sie eine Reklamation zur Zufriedenheit des Kunden gelöst, dann haben Sie einen besonders treuen und begeisterten Kunden gewonnen. Kunden empfinden die unprofessionelle Abwicklung einer Beschwerde meistens als weitaus ärgerlicher als den Fehler, der zur Reklamation geführt hat.

Viele Durchschnittsverkäufer reagieren auf die personenbezogene „Kritik“ mit Gegenangriffen. Sie äußern Zweifel an der Reklamation, geben anderen die Schuld, belehren den Kunden oder spielen die Situation herunter. Diese Reaktionen sind menschlich verständlich, doch sie bringen nichts außer Verärgerung



Buchtipps



Martin Limbeck
Nicht gekauft hat er schon
 So denken Top-Verkäufer
 Redline Verlag, 2011
 ISBN 978-3-86881-288-6
 200 Seiten, 19,99 Euro

Martin Limbeck bricht ein Tabu: Über Erfolg spricht man nicht. Doch Martin Limbeck ist anders. Er ist stolz auf seinen Weg vom Jungverkäufer zum gefeierten Vertriebspezialisten. Als Trainer und Speaker gehört „der neue Hardseller“ heute zu den Top-Acts der Szene. Durch Cleverness, Mut, Ehrlichkeit und eiserne Disziplin hat er in wenigen Jahren erreicht, wozu andere Jahrzehnte brauchen.

Und so wie er sein Wissen als Trainer und Referent teilt, so teilt er in diesem Buch die Geheimnisse seines Wegs an die Spitze. Dämpfer und Nackenschläge machen härter, Triumphe und Spitzenleistungen spornen an. Aus Niederlagen Chancen, aus Chancen Erfolge machen und dabei stets Mensch bleiben: Martin Limbeck weiß, wie es geht und er spricht darüber. Ein Mann wird zur Marke: markig, markant, Martin Limbeck.

auf beiden Seiten und möglicherweise den Verlust des Kunden.

Die acht Schritte für ein erfolgreiches Reklamationsmanagement:

1. Hören Sie aktiv und konzentriert hin. Der Kunde muss zuerst einmal seinen Ärger loswerden. Machen Sie sich Notizen, damit Sie später gezielte Fragen formulieren können.
2. Lassen Sie Ihren Kunden aussprechen.

3. Zeigen Sie Verständnis für den Ärger Ihres Kunden. Hat er sich beruhigt, können Sie die reinen Fakten aus dem Gespräch herausfiltern. Entschuldigen Sie sich für die Unannehmlichkeiten und den Ärger. Entschuldigen Sie sich hingegen nicht für einen Fehler auf Ihrer Seite, solange die Sachlage noch nicht endgültig geklärt ist.
4. Achten Sie auf Ihre Formulierungen. Bleiben Sie ruhig und freundlich, selbst wenn der Kunde unhöflich und aggressiv ist: „Herr

Kunde, ich verstehe, was Sie sagen ...“.

5. Erfassen Sie den Sachverhalt bis ins Detail. Stellen Sie offene Fragen, um den Reklamationsgrund Ihres Kunden genau zu qualifizieren.
6. Erarbeiten Sie gemeinsam mit dem Kunden eine Lösung. Machen Sie ihm Alternativvorschläge, aus denen er wählen kann. Und legen Sie gemeinsam mit ihm die nächsten Schritte, Maßnahmen

und den Zeitraum fest.

7. Bedanken Sie sich bei Ihrem Kunden für die Chance, die er Ihnen bietet.
8. Kümmern Sie sich persönlich um die Erledigung der Reklamation. Überprüfen Sie am Ende das

Ergebnis der Reklamationsbehandlung.

Entscheidend ist: Bleiben Sie inhaltlich an der Sache, gehen Sie emotional auf Ihren Kunden ein und begeistern Sie ihn durch schnelles Reagieren und Handeln.

Anzeige

Zur Person



Martin Limbeck ist der Hardselling-Experte im deutschsprachigen Raum. Seit rund 20 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. 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 ihn in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Speaker und Trainer gemacht.

Martin Limbeck ist der Kopf des Martin Limbeck Trainings®-Teams, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen, Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen sowie Dozent des Zertifikatslehrgangs „Professional Speaking“ der GSA und der

Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB). Er ist Mitglied des Club 55, der German Speakers Association und des Top-Trainer-Teams SALES MASTERS. 2006 und 2011 erhielt er den Internationalen Deutschen Trainingspreis in Bronze. 2008 wurde er mit dem 5 Years Award in Bronze vom BDVT (Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer e.V.) ausgezeichnet. 2009 und 2010 ehrte ihn die „Ver- einigung Deutscher Veranstaltung- organisatoren e. V.“ für seine exzellenten Leistungen als Business-Speaker und Trainer mit dem Conga Award und weist ihn damit als einen der Top-3-Referenten im deutschsprachigen Raum aus. Zuletzt erhielt Martin Limbeck den „BZTB Award of Excellence in further Education 2012“.

Seine herausragenden Ergebnisse als Verkaufsexperte wurden zusätzlich durch die Wahl zum „Trainer des Jahres 2008“ durch das Magazin Training, die Auszeichnung zum „Certified Speaking Professional“ 2011 (CSP) und die Wahl zum „Trainer des Jahres 2011“ durch die Europäische Trainerallianz bestätigt.

Mehr Infos auf: www.martinlimbeck.de

www.network-karriere.com