

Wissen+Karriere

Magazin für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation, Aus- und Weiterbildung

Dirk Kreuter, Speaker of the year

„Verkaufen bedeutet: Menschen (Kunden)
motivieren (Kauf-) Entscheidungen zu treffen!“



Grenzen sind zum Überschreiten da

Thomas Schlechter:
Wenn es schwierig wird,
versagt meist der Geist
zuerst, nicht der Körper



Im Keller des Lebens mit 28 Jahren

Dr. med. Petra Wenzel:
Psychisch gesunden
und mit Lebensfreude
stabil bleiben



LEBE motiviert

Matthias Herzog:
Wir lernen nicht mehr
für das Leben,
wir leben für das Lernen



Erfolgreiches Reklamationsmanagement

Martin Limbeck: 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 auf beiden Seiten und möglicherweise den Verlust des Kunden.

Die acht Schritte für ein erfolgreiches Reklamationsmanagement:

- 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.
- Lassen Sie Ihren Kunden aussprechen.
- 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.

- 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 ...“.
- Erfassen Sie den Sachverhalt bis ins Detail. Stellen Sie offene Fragen, um den Reklamationsgrund Ihres Kunden genau zu qualifizieren.
- 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.
- Bedanken Sie sich bei Ihrem Kunden für die Chance, die er Ihnen bietet.
- 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.



**NICHT GEKAUFT
HAT ER SCHON**
So denken Top-Verkäufer

REDLINE Verlag
ISBN: 978-3-86881-288-6
19,99 EURO



Martin Limbeck

ZUR PERSON

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 „Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisatoren 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