

Richtige Behandlung von Reklamationen

1. Grundsätze

- Von zehn unzufriedenen Kunden reklamiert in der Regel nur einer, das heißt jede Reklamation ist immer nur die Spitze des Eisberges!
- Reklamationen sind wichtiger als die Neukundenakquisition!
 - Es ist einfacher einen reklamierenden Kunden weiterzubehalten als einen Neukunden zu gewinnen

2. Organisatorische Voraussetzungen für professionelles Reklamationsmanagement

- Einfache Reklamationsmöglichkeiten einrichten: Klare Zuständigkeiten und Stellvertretungen, Sicherstellung der Erreichbarkeit, notwendige Kompetenzen der Mitarbeiter um die Beschwerden so schnell wie möglich zu erledigen
- Geschultes und kompetentes Personal

3. Entgegennahme und Behandlung von Reklamationen

- Sich betroffen zeigen, Einfühlungsvermögen nach dem Motto: „Ich weiß wie Ihnen zu Mute ist“ zeigen oder sich für die Reklamation bedanken
- Den Reklamierenden durch Fragetechnik auf die sachliche Ebene bringen (W-Fragen stellen)
- Keine Ausflüchte oder Schuldzuweisungen an Dritte: Den Kunden interessiert nicht primär die Ursache, sondern wie der Missstand so schnell wie möglich behoben werden kann
- Sich persönlich dafür einsetzen, dass die ersten Maßnahmen eingeleitet werden
- Reklamationen haben Vorrang und sind immer dringend zu behandeln
- Falls die zuständige Person nicht erreichbar ist, persönlich dafür einsetzen, dass sie so schnell wie möglich erreicht wird
- Termin festlegen! Zum Beispiel: „Ich versuche die zuständige Person so schnell wie möglich zu erreichen und gebe Ihnen auf jeden Fall bis 11:00 Uhr einen Bescheid.“
- Falls die zuständige Person nicht erreichbar ist, die Stellvertretung kontaktieren
- Falls auch keine Stellvertretung erreichbar ist, den Vorgesetzten verständigen
 - Zwischenbericht an den reklamierenden Kunden durch den Vorgesetzten
- Bei Terminverzögerungen den Kunden sofort informieren
- Freundliche und höfliche Behandlung des Reklamierenden
 - Auf keinen Fall Vorwürfe betreffend falscher Handhabung machen
 - Immer sachlich bleiben und aggressive Vorwürfe nicht erwidern

- Dem Kunden sagen, dass man die Reklamation erfasst habe
- Sich für den Reklamationsanlass entschuldigen, auch wenn man persönlich nichts dafür kann
- Vorerst nur soviel versprechen, wie auch sicher eingehalten werden kann
 - ° Reklamationen sind Nichteinhaltungen des Verkaufsversprechens, deshalb muss ein zweites Versprechen unbedingt eingehalten werden

- Genaue Qualitätskontrolle nach Behebung des reklamierten Missstandes
- Ersatzprodukte oder Lösungen bereit halten, falls eine schnelle Erledigung nicht möglich ist
- Information des Außendienstes über die Reklamation
- Nachfrage nach Erledigung des Problems
- Informationssystem zur systematischen Erfassung der Reklamationsfälle einrichten
- Regelmäßige Auswertung der Reklamationsfälle und Besprechung der Behebungsmöglichkeiten

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter:

<http://www.marketing-checkliste.de>