

Reklamationen als Chance nutzen

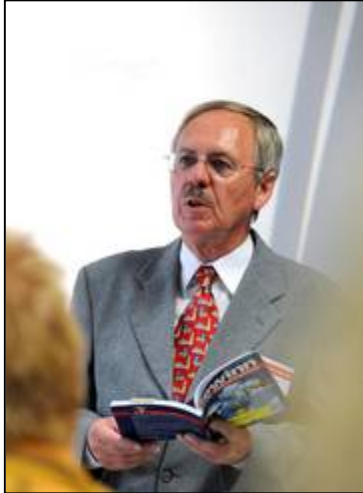
(Zusammenfassung des Referats auf dem „Bestseller Treff Marktspiegel“ am 20.7.2011)

Reklamation heißt: Gegengeschrei, Nein sagen, Beanstandung

Gründe für Reklamationen:

Der Kunde erhielt nicht, was ihm versprochen wurde (oder was er erwartete)

Der Kunde fühlt sich nicht ernst genommen



Wo stehen meine Kunden?

Zufrieden, enttäuscht oder begeistert?

Die tödliche Pyramide: einer beschwert sich - und 26 andere haben ebenfalls Grund zur Beschwerde

Negative Mundpropaganda hebt die Wirkung aller Hochglanzprospekte auf

Die Gründe für Kundenwechsel:
68 % fühlen sich nicht ausreichend betreut

Wann immer ein Kunde sich beschwert:
nehmen Sie es nicht persönlich

FRÜH: Form wahren, Ruhe behalten, überhören von Provokationen, Humor

Mein Gesicht: „20 nach 7“ oder „10 vor 2“ ? (Der Blick in den Spiegel)

Die 3 Stadien des Zorns: Enttäuschung, Verärgerung, Zerstörung

Kein „Call-Center Deutsch“ sondern Dialog von Mensch zu Mensch“



Die richtige Wortwahl entscheidet



Die richtige Reaktion -

- Hören Sie einfühlsam zu
- Beschuldigen Sie niemanden
- Suchen Sie keine Ausreden
- Geben Sie in eigenen Worten wieder, was Ihr Gesprächspartner sagte
- Finden Sie heraus, was er wirklich will
- Schlagen Sie eine Lösung vor
- Fragen Sie nach Alternativlösungen
- Entschuldigen Sie sich
- Tun Sie etwas Unerwartetes!

Reklamationen sind der Anlass -

- Prozesse zu überprüfen
- Ursachen zu suchen (und keine Schuldigen)
- Die Kundenbindung zu festigen

Der langfristige Wert eines Kunden (der Sie finanziert):

der Customer Lifetime Value, der CLV

Fazit: Der Zeitaufwand für eine professionelle Reklamationsbearbeitung ist gut investierte Zeit