

## **Gelassenheit hilft: Der souveräne Umgang mit Reklamationen!**

In Unternehmen, die konsequente Kundenorientierung auf ihre Fahnen geschrieben haben, hat sich die positive Wirkung eines professionellen Reklamationsmanagements für Kundenbindung und Kundenbegeisterung schon längst herumgesprochen.

Wenn auch Sie diesen Kreislauf erfolgreich durchbrechen möchten, wenn Sie als Mensch gelassener und als Führungskraft (im Vertrieb) erfolgreicher werden wollen, dann empfehle ich Ihnen: Erlernen Sie die Kunst der Lebensbalance! So packen Sie das Problem an der Wurzel. Das ist der einzige Weg, der nachhaltig funktioniert.

Versuchen auch Sie, in reklamierenden Kunden nicht etwa lästige Störenfriede, sondern einen wichtigen Umsatzfaktor zu sehen, denn diese Kunden geben durch ihre Reklamation zu verstehen, dass sie noch etwas mit Ihrem Unternehmen zu tun haben wollen – denn sie könnten ja schon längst beim Wettbewerber sein! Reklamierende Kunden geben Ihnen und Ihrem Unternehmen Hinweise auf verbesserungsfähige Unternehmensbereiche, Produkteigenschaften etc. Haben Sie eine Reklamation zur Zufriedenheit des reklamierenden Kunden gelöst, dann haben Sie einen besonders treuen und begeisterten Kunden gewonnen!

Warum ist das so? Ganz einfach: Unsere Kunden empfinden die unprofessionelle Abwicklung einer Reklamation meistens als weitaus ärgerlicher als den Fehler, der zur Reklamation geführt hat.

Unzufriedene Kunden stellen ein großes Gefahrenpotenzial für die Reputation eines Unternehmens dar. Sie geben ihre schlechten Erfahrungen weiter und wirken auf diese Weise als Multiplikatoren schädlicher Negativpropaganda, die Kundenverluste nach sich zieht. Nach einer Studie der University of California verzichteten 95 Prozent aller Kunden auf eine Reklamation und wechseln kommentarlos den Anbieter. Ein Kunde, der nicht reklamiert, ist deshalb noch lange kein zufriedener Kunde. Eine geringe Reklamationsquote beweist weder eine fehlerfreie Servicequalität noch große Kundenzufriedenheit!

Denn nur fünf Prozent aller Kunden beschwerten sich nach der genannten Studie überhaupt. Wenn also ein Kunde eine Reklamation tätigt, ist er bereit, mit Ihnen und Ihrem Unternehmen zu kommunizieren. Sehen Sie es so: Er macht sich die Mühe, nimmt Zeit- und eventuell finanziellen Aufwand in Kauf, um mit Ihnen über seinen Ärger zu sprechen. Er sagt Ihnen zwischen den Zeilen: Im Grunde mag ich euch noch, aber hier brauche ich eure Hilfe! Er gibt Ihnen damit die Chance, ihn wieder zu einem zufriedenen Kunden zu machen!

Ihre Aufgabe als Verkäufers ist es, eine Reklamation im Sinne Ihres Kunden und Ihres Unternehmens zu lösen, auch wenn Sie keine Verantwortung für eventuelle technische Schwierigkeiten tragen. Begegnen Sie dem Ärger des Kunden aktiv, lassen Sie ihn nicht einfach verblassen! Verblasster Zorn kann schnell wieder ganz scharf werden – spätestens, wenn die nächste Reklamation dieses Kunden ansteht, wird sein aufgetauter Ärger zum einseitigen Abbruch der Geschäftsbeziehungen führen!