



Den Termin exakt eingehalten – aber der Kunde ist nicht da; eine Situation, in die ein Kundendienstler häufiger kommt

WENN KUNDEN TERMINE VERPENNEN

Immer schön erinnern

Nicht nur der Kundendienst selbst, sondern auch seine Organisation ist kein Zuckerschlecken. Das gilt besonders für Terminabsprachen mit den Klienten. Ist diese Vorplanung gut und läuft die Arbeit glatt, wird jeder pünktlich bedient. Doch trotz präzisen Erscheinens steht man so dann und wann mal vor der geschlossenen Tür.

Man klingelt an der Haustür. Es ist exakt 10 Uhr. Den Wunschtermin des Kunden genau eingehalten, den Job vorher prima erledigt. Es läuft. Oder etwa nicht? An der Tür keine Regung; statt anerkennende Worte über die Pünktlichkeit – nur Ruhe. Auch ein zweites Anläuten führt zu keinem anderen Resultat. Es ist wie es ist. Der Kunde ist nicht daheim.

NICHT DA – UND SAUER

Na klasse, der nächste Termin steht für 12 Uhr auf dem Plan. Zwei Stunden Leerlauf. Oder kann das Büro eine Lösung zaubern? Ein Anruf klärt die Situation, eine Sache ist kurzfristig und dringend hereingekommen, der man sich annehmen soll. Also verlässt man den Ort des geplatzten Klienten-Dates. Wird der Kunde dann über seine Anwesenheitslücke telefonisch informiert („Guten Tag, Herr Schulze, hier ist Petra Müller von der Mayer Haustechnik. Unserer Monteur, Herr Roth, hatte gestern um 10 Uhr einen Termin mit Ihnen, hat Sie aber leider nicht angetroffen...“), können die Reaktionen unterschiedlich sein.

Da gibt es die Ehrlichen, die sofort einsehen, dass sie etwas verbockt haben („Du lieber Himmel, das hatte ich ja ganz vergessen! Entschuldigen Sie!“). Bei diesem Kundentyp sind Diskussionen nicht zu erwarten – wenngleich er sich durch den Anruf erst einmal ertappt fühlt.

Und da gibt es die Wichtigen, die sich von einem Anruf hinterrücks überfallen fühlen und vorsichtshalber erst mal zur Selbstverteidigung greifen („Ja, einen Termin – und wo war Ihr Monteur? Der Fehler liegt doch wohl bei Ihnen!“). Schon muss sich der Betrieb für etwas rechtfertigen, was er gar nicht zu verantworten hat.

DAS ERINNERUNGSKÄRTCHEN

Vor allem: Wenn der Kunde behauptet, er sei es, der versetzt worden ist, liegt die Beweisführung beim Unternehmen. Abhilfe kann geschaffen werden, wenn man als ein Monteur, der trotz Terminabsprache vor geschlossener Tür stehen bleibt, dem Kunden eine Nachricht hinterlässt. Ideal hierfür ist es, wenn man vorgefertigte Blätter oder Karten im Wagen hat, auf die man nur die individuellen Daten des geplatzten Termins eintragen muss. Mit dem Text der Blätter oder Karten bittet man den Kunden zudem, sich zwecks



Eine Erinnerungskarte im Briefkasten zeigt dem Kunden, dass der Monteur zum Termin erschienen ist

Terminabsprache erneut zu melden. Der Kunde, der spontan erst mal behaupten würde, die anderen seien schuld, hat so Zeit, über die Situation nachzudenken. Er meldet sich vielleicht erst nach ein paar Tagen. Aber die Zeit, die so vergeht, nimmt die Emotionen aus der Situation und lässt wieder Gespräche auf einer fairen und sachlichen Ebene zu. Kunden vom ehrlichen Schlag rufen schnell zurück, weil sie sich entschuldigen möchten und danach besser fühlen. Kommt kein Feedback, kann das Büro telefonisch nachhaken. Jetzt aber unter ganz anderen Voraussetzungen, denn der Anwesenheitsbeweis für den Stichtag liegt ja vor.

Die Kunden, die dann immer noch behaupten, sie hätten auch keine Nachricht vorgefunden, wird man immer wieder mal antreffen; aber es sind nur wenige – die, die sich sonst durch einen sofortigen Anruf überrumpelt gefühlt hätten, fallen ja weg. ■