

UNZUFRIEDENE KUNDEN

Das ist doch nicht so ganz zu ihrer Zufriedenheit gelaufen. Was ist zu tun?



Bild: JackF / thinkstock

Wie reagieren?

Die Zufriedenheit eines Kunden ist zweifellos wichtig. Unser Profi zeigt auf, welche überschaubaren Regeln man beachten kann, um kundengerecht auf dessen Unzufriedenheit zu reagieren.

Falls der Kunde unzufrieden oder enttäuscht ist, meldet er sich meist beim Chef. Es gibt aber auch Reklamationen, die der Kunde dem Monteur direkt mitteilt. Dies kann vielerlei Gründe haben: wenn er mit der Zeitüberschreitung bei der Montage nicht zufrieden ist oder meint, es müsste alles schneller gehen. Am Tatort ist ihm zu viel Lärm und Dreck.

Unzufriedene Kunden dürfen nicht als Nörgler gesehen werden, man stellt sich dann nur noch auf Abwehr und Rechtfertigung ein. Jeder Kunde hat das Recht, seine Ansichten, Wünsche und Forderungen vorzubringen. Wenn er sich dem

Monteur gegenüber äußert, wird er zum kostenlosen Qualitätsbeauftragten des Betriebs.

TIPPS ZU ANGEMESSENEN REAKTIONEN

Wenn man dem Kunden den Sachverhalt erklärt, spricht man in der „Wir-Form“. Die „Ich-Formulierung“ bezieht sich dagegen nur auf die eigene Person und hat geringere Wirkung auf den Kunden. In der „Wir-Form“ spricht das Team.

Weil Mitarbeiter Beschwerden des Kunden nicht weiterleiten und transparent machen, meint der Chef, es wären alle zufrieden. Zu den geäußerten Reklamationen kommen noch die

Fälle, über die der Kunde nicht spricht, die sogenannte Dunkelziffer. Sie beträgt etwa 50 Prozent, d. h. nur die sehr unzufriedenen Kunden melden sich telefonisch oder per E-Mail. Aus einer geringen Beschwerdezahl kann man nicht automatisch auf hohe Kundenzufriedenheit schließen. Kritische Äußerungen von Kunden müssen erfasst werden, auch dann, wenn sie freundlich vorgetragen werden. Wenn gar nichts mehr läuft, ist der Monteur der einzige Ansprechpartner für den Kunden. Er ist der „Rettungsring“ in der Kundenbeziehung und kann für Vertrauensaufbau sorgen und sollte diese Aufgabe sehr ernst nehmen. Manchmal bleibt ihm nur die Erklärung „Ich würde Ihnen gerne helfen, wenn ich nur wüsste, wie“. Daran ist sein Einsatz und sein Interesse an der Erledigung zu spüren.

Das führt zur falschen Einstellung der Mitarbeiter bei Reklamationen		
	Der Grund	Einstellung des Mitarbeiters
1	Geringe Häufigkeit	„So was kommt doch selten vor“
2	Prioritäten	„Es gibt Schlimmeres“
3	Geringe Kundenwertigkeit	„Es handelt sich um einen Kleinkunden“
4	Gleichgültigkeit	„Die Reklamierer übertreiben immer“
5	Zeitmangel	„Ich kann mich jetzt nicht darum kümmern“
6	Mangelndes Verständnis	„Die Kunden werden immer anspruchsvoller“

UNBERECHTIGTE REKLAMATIONEN

Die Bearbeitung von unberechtigten Kundenbeschwerden ist besonders schwierig. Einerseits muss man das Interesse der Firma vertreten, andererseits darf man den Kunden nicht enttäuschen. Dem Kunden aus Kulanz Recht zu geben, führt zu einem Gewöhnungseffekt, spricht sich schnell herum und macht Schule. Außerdem ist es aus Kostengründen nicht möglich, immer Kulanzentscheidungen zugunsten des Reklamierenden zu treffen.

Der Mitarbeiter darf den Mut für eine Zurückweisung von extremen Kundenansprüchen nicht verlieren. Gelassenheit ist gefragt, wenn man das Gefühl hat, dass man gerade „über den Tisch gezogen“ wird. Es gibt Kunden, die erwarten, dass der Monteur noch eine zusätzliche Arbeit erledigt, die nicht

vereinbart war, nicht im Auftrag steht. Kunden testen oft, wie weit sie mit ihren Forderungen gehen können. Großkunden kennen ihre Position und Kundenwertigkeit und fordern auch im Hinblick auf zukünftige Geschäfte Kulanz und Entgegenkommen.

TERMINREKLAMATIONEN

Der Kunde, der mit der Termineinhaltung rechnet, ist verärgert, wenn er nicht über eine Terminverschiebung informiert wird. Man muss ihm zuvorkommen, indem man von unterwegs selbst anruft und ihn über die Verzögerung informiert. Bei einer realistischen Terminplanung mit den bekannten „Pufferzeiten“ sollte eine Terminüberschreitung eine Ausnahme sein. Sehr wichtig ist es, dass auch jeder Mitarbeiter die nötige Sensibilität für eine Termineinhaltung hat. Die Meinung, dass es Wichtigeres gibt, als Termine korrekt einzuhalten, ist nicht in Ordnung und eher ein Beweis für mangelnde Kundenorientierung.

Es ist eine Selbstverständlichkeit, dass sich der Monteur für eine Verzögerung ausdrücklich entschuldigt. Aber nicht mit dem üblichen „Tut mir leid“, sondern mit anderen Formulierungen: „Ich verstehe, das ist ärgerlich“, „Ich habe (wir haben) Verständnis für Ihre Enttäuschung“. Kunden sind eher bereit, eine Entschuldigung anzunehmen als eine Rechtfertigung. Kunden erwarten keine langen Erklärungen, sondern Pünktlichkeit beim nächsten Auftrag und wollen das Vertrauen zur Firma nicht verlieren. Der Vertrauensaufbau nach einer Terminpanne ist der schwierigste Teil für den Monteur, vor allem weil sich Kunden beim nächsten Terminauftrag noch an die Verzögerung vom letzten Mal erinnern. Kunden beurteilen bei der Gesamtleistung einer Firma auch die Termintreue. Es schadet nichts, wenn man sich beim Kunden für sein Verständnis oder Entgegenkommen auch bedankt. Das kostet nichts, bringt aber viel.



AUTOR



Dipl.-Betw. Rolf Leicher ist Kommunikationstrainer und Autor. Er bietet Tagesseminare über Vertrieb und Marketing an. Telefon (0 62 21) 80 48 82 Telefax (0 62 21) 80 93 41 rolf.leicher@t-online.de