



Seminar für Menschen, die es tagtäglich mit den Nörgeleien anderer zu tun haben

Die Reklamation als Chance erfolgreicher Kundenbehandlung

Jörg Rothe, Dipl.-Betriebswirt

Jörg Rothe führt seit Anfang der neunziger Jahre Seminare zum Thema „Kundenorientiertes Verhalten in der Reklamationsituation“ durch. Ein Thema, das offensichtlich vielen Mitarbeitern aus verschiedensten Branchen „unter den Nägeln brennt“. Ein Bericht über Inhalte und Methodik in diesem Seminar.

Ein reklamierender Kunde befindet sich in der Regel in einem Zustand gesteigerter Empfindlichkeit. Seine Erwartungen in das Produkt sind enttäuscht worden. Wahrscheinlich hat er sich geärgert, Zeit verloren, Mühen und Kosten gehabt, und eventuell ist er auch „vorbelastet“, mit früheren Erfahrungen in Reklamationsituationen.

Mitarbeiter, die tagein tagaus mit reklamierenden Kunden zu tun haben, gilt es daher besonders zu schulen. Tagtäglich droht den Reklamationsempfängern eine Reduzierung der Arbeitsfreude durch „Dampf ablassende“, Kunden. Umso wichtiger, dass die Chancen in der Reklamationsituation erkannt werden und der Mitarbeiter mit dem notwendigen Rüstzeug ausgestattet wird.

Unsere Einstellung bestimmt unser Verhalten

In meinem Seminar „Die Reklamation als Chance erfolgreicher Kundenbehandlung“, Sorge ich neben Anwendungssequenzen für erarbeitete Verhaltensempfehlungen auch für den psychologischen Background meiner Teilnehmer. Es ist von großer Wichtigkeit, dass die Teilnehmer zu einer Einstellung zum Kunden gelangen, die Ihnen kundenorientierte Verhaltensweisen aus innerer Überzeugung ermöglichen.

Die Einstiegsfrage in das Seminar lautet „Weiche Gefühle haben Ihre Kunden zu Beginn des Reklamationsgesprächs?“. Zumeist kommen auf diese Frage antworten wie wütend, enttäuscht, verärgert, frustriert. Selten sind Antworten wie ausgeglichen und fröhlich dabei. Diese Kundengefühle sind die Ausgangssituation. Das Gesprächsziel ist „G.G.“: Das bedeutet einerseits „gute Gefühle“, beim Kunden (Zufriedenheit, Freude), auf der anderen Seite damit gleichzeitig auch ein „Gutes Geschäft“, für das Unternehmen. Um den Kunden von den vermeintlich schlechten Gefühlen wie Ärger und Frust zu den guten Gefühlen zu begleiten, gibt es zwei Ebenen, auf denen der Reklamationsempfänger aktiv werden sollte. Einerseits „fachlich einwandfrei“, zu arbeiten und andererseits den Kunden aktiv zu „behandeln“,

Durch Dienst am Kunden Respekt erwerben

Im Seminar geht es ausschließlich um die Seite der sozialen Kompetenz, nicht um die Fachkompetenz. Dabei ist methodisch immer wieder das Hineinversetzen in die Kundensituation wichtig. Die Teilnehmer werden im weiteren Verlauf gebeten, sich vor ihrem geistigen Auge an die letzte Situation zurückzuerinnern, in der sie zu ihrer vollsten Zufriedenheit behandelt worden sind. Ob im Restaurant, beim Zahnarzt, in der Straßenbahn oder wo immer. Nachdem jeder eine Situation für sich gefunden hat (je länger die Teilnehmer in ihrem Gedächtnis „kramen“, müssen, desto trauriger für Deutschland), schließt sich die Frage an, an welchem Ende der „Respektskala“, der Dienstleistende vom Teilnehmer angesiedelt wird: Eher auf am unteren Ende der Skala (mit einem eher abfälligen Blick von oben betrachtet) oder tendenziell mit dem Teilnehmer auf einer Ebene. Die Erkenntnis der Beteiligten: Durch Dienstleistung erwerben sie sich Anerkennung und Respekt. Verweigern sie Dienstleistung, verlieren sie Anerkennung und Respekt durch ihre Mitmenschen.

Dem Kunden Gelegenheit zum Aggressionsabbau geben

Gute Erfahrungen habe ich bei dieser Veranstaltung mit einfachen Denkmodellen gemacht, die ich zur Unterstützung der Merkfähigkeit visualisiere. So stelle ich die Gesprächssituation im Reklamationsgespräch auch mit Hilfe eines Volt-Zeit-Diagramms dar. Zu Beginn der Gesprächssituation ist der Kunde häufig in einer 1000-Volt-Situation (woraus sich auch schon ein Mitteilungsbedürfnis erklärt, denn die „Überspannung“, muss raus! Fußnote: Nur aus einem Instrument mit Spannung bekommt man einen Ton) und das Ziel ist nun, das er sich auf eine „Normalspannung“, von 230 Volt hierzulande „herunterschaukelt“. Das Instrumentarium der Teilnehmer besteht aus dem aktiven Zuhören, Fragetechnik und der Halbsatztechnik (bei der der letzte Halbsatz in der „Luft hängen gelassen wird“, um

den Kunden zum Weiterreden zu animieren). Es wird an dieser Stelle deutlich, dass der Kunde selbst den Aggressionsabbau betreibt, der Reklamationsempfänger muss ihn nur lassen!

Themen wie Aggressionsabbau oder der Umgang mit persönlichen Beleidigungen spielen im Zusammenhang mit der „Bombenentschärfung“, eine zentrale Rolle. Und das vor dem Hintergrund, das in der Reklamationsituation erst recht eine aktive Kundenpflege vonnöten ist. Der Mitarbeiter sollte also nicht nur die positive Einstellung zum verärgerten Kunden finden, sondern nach der Phase des „Herunterschaukelns“, von der Hochspannung auf ein sachliches Gesprächsniveau dessen Wünsche ermitteln und - soweit betriebswirtschaftlich sinnvoll - befriedigen.

Das Verhalten des Reklamationsempfängers ist Visitenkarte für das Unternehmen

Wenngleich letztendlich keine Reklamationsituation wie die andere ist, so gibt es dennoch ein Reihe von grundsätzlichen Verhaltensweisen, die der Reklamationsempfänger des Herstellers oder Händlers beachten sollte: Dabei geht es ebenso um das Unterlassen von Schuldzuweisungen wie um eine Reihe verbaler Streicheleinheiten, die eingesetzt werden, um im Kunden gute Gefühle zu erzeugen. Leitsätze wie „Gib nur Versprechen, die du auch halten kannst“, und Hinweise zur Rhetorik (verbale Unarten und wie manche Sätze besser formuliert werden können) leisten ein übriges. Letztendlich gilt: Die Sprache und das Verhalten dem Kunden gegenüber sind „Visitenkarte“, für die Seminarteilnehmer und ihr Unternehmen!

Die „Reklamation als Chance erfolgreicher Kundenbehandlung“, hat sich bereits seit Anfang der neunziger Jahre als ein Zweitagesseminar am Markt bewährt. Es eignet sich für die Mitarbeiter von Firmen, deren Produkte und Dienstleistungen ab und an reklamiert werden, und somit für beinahe alle Unternehmen.

Jörg Rothe (Jg. 1964), Diplom-Betriebswirt, ist seit zehn Jahren Trainer. Nach anfänglich betriebswirtschaftlichen Seminaren wendete er sich Verhaltensstrainings zu. Nachdem er zunächst Kommunikationsstrainings sowie Moderations- und Präsentationsseminare konzipierte und leitete, bildeten sich mit den Themen Führung und kundenorientiertes Verhalten neue Schwerpunkte heraus. Zu letzterem Thema gehören auch Messvorbereitungseminare und Trainings zum Verhalten in Reklamationsituationen.

Jörg Rothe

rotheseminare

Bachstelzenweg 15, 33335 Gütersloh

Tel. 05209-3332, Mobil 0173-7715737