



Reklamationsmanagement

Reklamationen haben viele Gesichter

In allen Bereichen des Handels und des Dienstleistungssektors gibt es Reklamationen. Werden Erwartungen nicht erfüllt oder Versprechen gebrochen beschwerten sich die Kunden. Zu Recht? Oft jedenfalls, denn die Ansprüche steigen kontinuierlich. Jedenfalls zeigt der Duden hier wie viele Synonyme und somit Gesichter der Ausdruck von Unzufriedenheit besitzt. Hier ein paar Beispiele:

reklamieren- beanstanden, beschweren

beschweren- sich beklagen

nörgeln- kleinliche Kritik äußern

meckern- fortwährende Unzufriedenheit beanstanden

monieren- etwas beanstanden, bemängeln

beanstanden- als nicht annehmbar bezeichnen

bemängeln- als Fehler oder Mangel beanstanden

kritisieren- streng bewerten, prüfen, tadeln

makeln- an etwas aussetzen (subjektive Ansicht)

protestieren- gegen etwas heftig ankämpfen

beklagen- schmerzlicher, trauriges bedauern



Man erkennt an der Anzahl der Synonyme, welche Bedeutung der Ausdruck an Unzufriedenheit in Deutschland hat. Die feinen Unterschiede liegen einerseits in der Intensität des Ausdruckes, andererseits gegen wen oder was jemand seine Unzufriedenheit ausdrücken will.

Eine Reklamation richtet sich in erster Linie immer auf eine Sache oder Gegenstand. Die Beschwerde hingegen bezieht sich eher auf eine Person.

Da es sich in diesem Thema um den gängigen Begriff „Reklamationsmanagement“ handelt sprechen wir im Folgenden auch von Reklamationen.

Auch werden wir in diesem Artikel auch nur von Kunden reden. Natürlich können das auch Gäste, Passagiere oder Patienten sein. Reklamationsmanagement funktioniert nämlich in allen Branchen fast gleich. Es verlangt immer nach einer professionellen Reaktion und Handlung.

Zielsetzung ist das Zurückerlangen der Zufriedenheit und die Erfüllung (oder gar Übertreffung) aller Erwartungen. Der Kunde soll nicht nur Kunde bleiben, sondern er soll sich nach dem Abschluss so befriedigt weitergeben.

Reklamationsmanagement

Kunden richtig einschätzen

Oft ist es nicht nur der Grund der Reklamation, sondern auch der Kundencharakter, der die Intensität ausmacht. Je eher man den Charakter richtig einschätzen kann, desto mehr kann man deeskalierend einwirken und Zündstoff aus brenzligen Situationen nehmen. Hier einmal eine Auflistung der gängigsten Charaktertypen.

Der Nörgler- ist mit sich und der Welt nicht wirklich zufrieden. Pingelig kritisiert er jede Unzulänglichkeit, lacht wenig und beobachtet alles etwas griesgrämig. Seien Sie besonders nett und nehmen Sie ihm mit Ihrer Freundlichkeit den Wind aus seinem Segel.

Der Anspruchsvolle- oft gut gekleidet glaubt er, dass man ihm kein A für ein O vormachen kann. Geben Sie Ihm das Gefühl, dass er Ihre volle Aufmerksamkeit besitzt. Überraschen Sie ihn mit etwas unerwartetem.

Der Kenner- hat schon alles gesehen und will sein vermeintliches Wissen auch preisgeben. Seien Sie kommunikativ und glänzen Sie mit hervorragenden Fachkenntnissen.

Der immer Zufriedene- ist immer freundlich, wirkt ausgeglichen und hat nichts zu Meckern. Aber vorsichtig, dieser Kundentyp will der direkten Konfrontation aus dem Weg gehen und beschwert sich „anonym“. Seien Sie auf der Hut.

Der Schweigsame- wirkt etwas schüchtern und hält sich distanziert zurück. Vorsicht! Es kann eine tickende Zeitbombe sein. Reklamationen könnten eskalieren. Locken Sie ihn vorzeitig aus der Reserve.

Der Betrüger- hat herausgefunden, dass Reklamationen Wiedergutmachungen bringen kann und nutzt dieses als Masche um Vorteile zu erschwindeln.

Worüber beschweren sich Kunden

- Sachmängel bei Waren
Defekte Waren, kaltes Essen, schlechte Qualität, defekte Verpackungen ...
- Fehlverhalten von Mitarbeitern
Mitarbeiter sind unfreundlich, frech, inkompetent, langsam, ungepflegt ...
- Nicht eingehaltene Versprechen
Falsche Produktbeschreibung, falsche Leistungsbeschreibung, falscher Preis ...
- Mängel bei Dienstleistungen
Schlechte Handarbeit, schlechter Geschmack bei Essen, falsche Beratung,
- Mängel in Abläufen
Zu lange Wartezeiten, zu volle Geschäfte, Chaos, Lautstärke
- Bauliche Mängel
Unzumutbare Hotelzimmer, keine Parkmöglichkeiten, defekte Beleuchtung ...

Reklamationsmanagement

Vorgehensweise bei eingehenden Reklamationen

- 1) Beschwerde erkennen
- 2) Beschwerde annehmen und reagieren
- 3) Zustimmung (ist die Reklamation berechtigt)
- 4) Positives Einwirken auf den Kunden
- 5) Direkte Mängelbeseitigung (falls möglich)
- 6) Späteres Feedback an Kunden, dass Mangel behoben wurde
- 7) Eventuelle Wiedergutmachung

Überprüfen Sie Ihre eigene Einstellung. Sind Sie bereit Kritik (ob berechtigt oder nicht) anzunehmen? Kontrollieren Sie Ihr Erscheinungsbild- kommen Sie freundlich, offen und kompetent an? Zeigen Sie stets Kommunikationsbereitschaft. Seien Sie aufmerksam und erkennen auch non verbale Reklamationen.

Nehmen Sie den Kunden und die Situation ernst. Widmen Sie jetzt nur dieser Person Ihre volle Aufmerksamkeit. Halten Sie Augenkontakt. Bleiben Sie ruhig, hören Sie dem Kunden aufmerksam zu (er darf und soll erst einmal Dampf ablassen. Achten Sie auf Ihre eigene Mimik und Gestik. Natürlich bleiben Sie immer objektiv und freundlich. Entschuldigen Sie sich für den Umstand, auch wenn es sich nicht um einen Fehler handelt. Nicken Sie zustimmend und machen sich gegebenenfalls Notizen. Keine Scherze, kein Sarkasmus. Streben Sie eine sofortige Problemlösung an. Geben Sie dem Kunden das Gefühl etwas Besonderes zu sein. Zeigen Sie Empathie wie:

„ich kann Sie verstehen“

„ich schätze was Sie sagen“

„ich bin sehr besorgt, dass Sie so aufgeregt sind“

Nennen Sie den Kunden beim Namen (falls bekannt)

Eigenverantwortung übernehmen

Sie haben die Reklamation entgegen genommen, Sie klären den Sachverhalt kompetent und selbstsicher, nie aber überheblich.

„Ich entschuldige mich“

„Ich kläre das sofort“

Sie informieren sich im Zweifelsfalle, ob der Sachverhalt stimmt und somit die Reklamation berechtigt ist.

Übertragen Sie niemals die Verantwortung und Schuld anderen Mitarbeitern und Abteilungen. Das will kein Kunde hören. Er will, dass schnell reagiert wird.

Holen Sie nur auf ausdrücklichem Verlangen den Chef. Erklären Sie Ihrem Vorgesetzten kurz unter vier Augen den Sachverhalt und ziehen Sie sich dann aus dem Gespräch erst einmal zurück.

Reklamationsmanagement

Die Problemlösung

Problem erkannt- Problem gebannt

So leicht ist es leider nicht immer. Manche Mängelbeseitigungen (z.B. bauliche Mängel) können nicht sofort erledigt werden.

Halten Sie den Kunden aber weiterhin auf dem Laufenden. Lassen Sie sich Kontaktdaten geben und schicken Sie ihm gegebenenfalls ein Foto mit dem beseitigten Mangel und bedanken Sie sich für die berechtigte Beschwerde. Zu viel Aufwand? Falsch. Denken Sie immer daran, welche Wirkung das auf die Mundpropaganda hat.

Die Wiedergutmachung

Wie schon erwähnt, sollte man im Vorfeld eine Strategie entwickeln, was wann wer als Wiedergutmachung bei Reklamationen erhält. Es kann nicht sein, dass man vor einem Gast steht und fragt: „was kann wa denn da machen?“

Die beste Wiedergutmachung ist, wenn man den Kunden animiert wiederzukommen. Das können Warengutscheine, Rabattgutscheine, Getränkergutscheine oder Leistungsgutscheine sein. Beim Wiederbesuch kann und muss man dann zeigen, dass der Fehler nicht wieder passiert und dass der Reklamationsgrund ausgeräumt wurde.

Bei Beschwerden, die auf Fehlverhalten einer Person hindeutet, reicht oft eine Entschuldigung. Manchmal ist es dabei notwendig (wenn Sie nicht die Person sind), den Mitarbeiter mit in das Gespräch mit einzubeziehen. Das ist eine sensible Situation. Natürlich darf man den Mitarbeiter nicht vorführen, verurteilen oder gar niedermachen.

Nacharbeitung

Sie haben den Kunden zufriedengestellt? Der Reklamationsgrund ist abgestellt? Gut. Aber es ist wichtig diesen Vorgang mit dem Vorgesetzten und den Kollegen zu besprechen. (Lerneffekt)! Die Frage lautet, welche Ursache hatte diese Reklamation, und wie kann man diesen vermeidlichen Fehler in Zukunft nicht mehr begehen.

Erst wenn all diese Fragen geklärt sind, ist das Reklamationsmanagement abgeschlossen.

Zusammenfassung

- Eigene Einstellung überdenken
- Auf Mimik/ Gestik achten
- Reklamation freundlich entgegennehmen
- Verantwortung übernehmen
- Problem sofort lösen
- Wiedergutmachungen vorher planen
- Kunden evt. später kontaktieren
- Vorfall im Team nacharbeiten



Reklamation als Betrug

Zum Abschluss noch einmal ein heikles Thema. Es gibt Kunden die nutzen das Reklamationsmanagement als Masche, um eigene Vorteile zu erreichen. Sie wissen, das große Firmen, Kettenbetriebe, Hotels und Dienstleister bei der Wiedergutmachung nicht kleinlich sind. Auch gibt es Kunden, die glauben „wenn ich im Vorfeld schon etwas reklamiere, dann werde ich bevorzugt behandelt.“ Sie nutzen jede kleinste Unzulänglichkeit und jeden Mangel aus, um heftig zu reklamieren.

Diese Kunden herauszufiltern ist nicht ganz einfach und da man sich nie sicher sein kann, bleiben die vorher beschriebenen Grundsätze des Reklamationsmanagement bestehen. Bei der Wiedergutmachung sollte man aus Prinzip jedoch abwägen.

Wie kann man diese Personen identifizieren?

- Personen treten selbstbewusst auf.
- Oft suchen diese Personen die Auseinandersetzung in der Öffentlichkeit.
- Sie fordern direkt oder indirekt eine Wiedergutmachung.
- Sie sind oft forsch und laut.
- Sie drohen oft mit Anwalt, Konkurrenz, Presse, Vorgesetzten oder Internet.

Also immer freundlich und souverän bleiben.

