

Reklamationsbehandlung als Verkaufsinstrument

«Kunden binden anstatt finden!» Eine bekannte Aussage, die einiges an Diskussionsstoff in sich birgt. Wer es nicht schafft, neue Kunden zu finden und langfristig an das Unternehmen zu binden, dem werden vermutlich irgendwann einmal die Kunden ausgehen. Aber was bedeutet eigentlich Kundenbindung konkret und vor allem, was hat es mit der Reklamationsbehandlung zu tun?



1

Was bedeutet Kundenbindung? Hier gehen die Meinungen auseinander. Kundenbindung findet man in allen Ausprägungen – angefangen beim gemütlichen Geschäftsessen bis hin zur Einladung an überbezahlte Kundenevents (was in einigen Fällen wohl mehr mit Kundenbestechung zu tun hat als mit Kundenbindung).

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wünschen sich Unternehmen treue Kunden, die ihnen auch dann einen Auftrag vergeben, wenn der Preiskampf unter den einzelnen Firmen sehr gross ist. Besonders in der heutigen Zeit gibt es verschiedene Massnahmen, wie Kunden an das Unternehmen gebunden werden können, beispielsweise über Kundenkarten mit Bonusprogrammen, einmalige technische Vorteile oder langfristige Verträge. Aber nicht jedem Unternehmen stehen diese Instrumente zur Verfügung, gerade wenn eine Branche innerhalb des Wettbewerbs stark vergleichbar ist.

Loyale Kunden sind treu, verzeihen Fehler, wo andere abspringen, und sind oftmals weniger preissensibel. Stellt sich jetzt die Frage: Wie schaffen Sie es, dass die Kunden loyal werden? Das wohl wirkungsvollste Instrument, das zur Kundenloyalität und somit zur Kundenbindung führt, ist die Reklamationsbehandlung. Hier zeigt sich das wahre Gesicht eines Unternehmens. Wann haben Sie sich das letzte Mal von einem Unternehmen abgewandt? Vermutlich ging es um Kleinstbeträge, die nicht der Rede wert waren. Dem Kunden geht es meistens weniger um den Geldbetrag als vielmehr

um die Wertschätzung, die ihm entgegengebracht wird und um die schnelle und professionelle Erledigung seines Anliegens. Wer einen Kaufentscheid trifft, erinnert sich an die letzte Reparatur, den Service oder eben die Reklamationsbehandlung. Ist das Anliegen einwandfrei abgewickelt worden, steigt das Vertrauen in das Unternehmen.

Leider bestätigt es die Praxis: Viele Unternehmen halten ihre Serviceversprechen nicht oder nur ungenügend ein. Kunden, die reklamieren, fallen zur Last, Anliegen werden vertröstet und Mängel, die das Unternehmen verschuldet hat, werden mit Ausreden bagatellisiert. Dabei besteht gerade hier eine grosse Chance zu beweisen, über welche Qualitäten das Unternehmen verfügt. Kunden, die reklamieren, möchten mit Ihrem Unternehmen weiter zusammenarbeiten. Nutzen Sie diese Chance und bearbeiten Sie eine Reklamation immer in der höchsten Priorität. Eine professionelle Reklamationsbehandlung führt zur Kundenbindung; diese wird sich in jedem Fall positiv auf Ihre Ertragssituation auswirken.

Kunden, die von einem Unternehmen überzeugt sind, möchten so viel wie möglich aus einer Hand und da wäre noch «das letzte Telefon»: Entscheider, die einen finalen Kaufentscheid treffen müssen, rufen in der Regel ihren Favoriten an und bieten ihm die letzte Gelegenheit, ein Angebot nochmals so zu revidieren, damit der Auftrag an ihn vergeben werden kann. Gerade bei grösseren Auftragsvergaben geht es oft um dieses letzte Telefon, aber auch das gibt es nicht einfach so.

2

Der professionelle Umgang mit Reklamationen ist ein wichtiges Verkaufsinstrument, setzen Sie es bewusst ein.

Tipps für die Praxis:

- Bedenken Sie, der Kunde gibt Ihnen eine Chance, nutzen Sie sie.
- Nehmen Sie die Reklamation entgegen.
- Lassen Sie den Kunden immer ausreden.
- Bleiben Sie in jedem Fall ruhig und freundlich.
- Wenn ein berechtigter Mangel vorliegt, entschuldigen Sie sich in der „Wir-Form“.
- Wenn ein unberechtigter Mangel vorliegt, stellen Sie offene Fragen wie z.B: „Wie ist das passiert?“ Sie werden schnell die Wahrheit herausfinden.
- Fragen Sie den Kunden nach einem Lösungsansatz, er kennt ihn nämlich bereits.
- Reagieren Sie schnell.
- Verhalten Sie sich immer korrekt.
- Danken Sie dem Kunden, er hat Ihnen gerade eine grosse Chance gegeben.

Bitte nie vergessen:

Seine Kunden pflegen, damit sie einem erhalten bleiben. Einen Neukunden zu akquirieren ist fünfmal so teuer wie einen Bestandskunden zu halten.

Ein zufriedener Kunde ist Gold wert. Er bringt Folgeaufträge und wird so zum Botschafter Ihres Unternehmens.



3

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg in der praktischen Umsetzung!

Roland Vogel

A handwritten signature in black ink, appearing to read "R. Vogel", with a vertical line extending downwards from the end of the signature.