

# Mit Souveränität punkten

**KUNDENBETREUUNG** kann frustrierend sein. Bei Beschwerden und Reklamationen werden Kunden oft ungehalten. Hierauf sollten Sie mit aufrichtigen und selbstsicheren Entschuldigungen reagieren. Bei telefonischen Reklamationen ist es entscheidend, Ruhe zu bewahren und Souveränität auszustrahlen.

**R**eklamationen machen niemandem Spaß, dennoch gehören Sie zum Alltag. „So langsam habe ich keine Lust mehr. Ich hatte gerade schon den zweiten Typen in der Leitung, der uns als völlig unfähig beschimpft hat, weil er seinen Versicherungsschein immer noch nicht erhalten hat. Dabei weiß ich noch nicht mal genau, worum es geht. Wahrscheinlich hat der Erken da wieder Mist gebaut und das CRM nicht ordentlich gepflegt...“ Hand aufs Herz: Könnte diese Aussage von Ihnen sein? Die meisten werden es schon das ein oder andere Mal erlebt haben. Das Telefon klingelt, Sie nehmen unbedarft ab und melden sich freundlich – um dann von der Schimpftirade eines tobenden Kunden überrascht zu werden. Keine schöne Sache. Ein gut gepflegtes CRM ist in solchen Fällen Gold wert, denn mit ein paar Clicks können Sie sich dann zumindest einen Überblick über den laufenden Auftrag verschaffen. Leider hapert es daran jedoch vielerorts. Unvollständige Notizen, der Innendienst weiß nicht, welche Daten der Außendienst abgesprochen hat etc. Und schon ist das Chaos perfekt! Doch wie verhalten Sie sich idealerweise in dieser Situation? Zugegeben, gerade am Telefon ist es eine echte Herausforderung, mit Aggressionen richtig umzugehen. Schließlich können Sie Ihr Gegenüber nicht sehen und müssen anhand seiner Stimme, Sprechweise und Wortwahl erkennen, wie verärgert er ist – und auf Basis dieser Informationen entscheiden, wie Sie ihm am besten begegnen.

In vielen Unternehmen gilt die oberste Maxime „Der Kunde ist König!“ Schön und gut – für mich funktioniert das jedoch nur, wenn sich der Kunde auch entsprechend verhält. Denken Sie immer daran, dass Sie darauf ebenfalls Einfluss haben. Glauben Sie mir, ich bin wohlwollend, manchmal auch mehr als geduldig. Aber es gibt Grenzen. Sie müssen sich nicht automatisch alles gefallen lassen. Aber Sie müssen wissen, wie Sie sinnvoll reagieren



Claudia Fischer: „Nehmen Sie sich die Zeit und wickeln Sie Reklamationen mit oberster Priorität ab.“

können und welche Methoden und Möglichkeiten es im Umgang mit schwierigen Zeitgenossen gibt. Gerade im geschäftlichen Kontext ist das natürlich eine ziemliche Gratwanderung. Es ist Ihr Job, dem Kunden zu helfen. Und auch wenn es Ihnen vielleicht in den Fingern juckt – entrüstet den Hörer auf die Station zu knallen oder das Gespräch mitten im Satz zu beenden ist nicht die feine englische Art. Zumal Sie damit das Problem auch nicht lösen, sondern den tobenden Kunden bestenfalls zur Weißglut treiben. Entscheiden Sie sich lieber dafür, auch einem wütenden Gegenüber wohlwollend zu begegnen. Auch, wenn es Ihnen schwerfällt. Denn im Grunde genommen ist eine Reklamation oftmals ja etwas Gutes! Warum? Ganz einfach: Weil der Kunde sich die Mühe macht, Sie anzurufen! Das zeigt, dass ihm noch etwas an Ihrem Unternehmen liegt und er Ihnen

eine Chance zum Nachbessern geben möchte. Rufen Sie sich das ruhig immer in Erinnerung, wenn Sie einen unzufriedenen Klienten in der Leitung haben. Denn rein faktisch gesehen hätte er auch heimlich, still und leise kündigen und seinen Auftrag auslaufen lassen können – um dann mit seinem Geld zum Wettbewerber überzulaufen. Legen Sie sich also ins Zeug, um den Fehler auszubügeln und Ihren Gesprächspartner zufriedenzustellen.

Ein weiteres Argument dafür liefert auch die Wissenschaft: Haben Sie schon mal vom Beschwerde-Paradoxon gehört? Tatsächlich ist es so, dass positive Reaktionen auf Beschwerden die Kundenzufriedenheit erhöhen. Sprich: Kunden, die schon einmal reklamiert haben und deren Probleme gut gelöst worden, sind treuer als solche, die noch nie unzufrieden waren. Es lohnt sich also, wenn Sie bei Reklamationen nicht

direkt genervt auf Durchzug schalten! Und lassen Sie sich eins gesagt sein: Es wird nichts so heiß gegessen, wie gekocht wird. Kunden erwarten oft weniger von Ihnen, als Sie vielleicht denken – auch oder gerade weil sie zunächst übertreiben. Eine gute Kundenbeziehung zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass Sie auch nach dem Vertragsabschluss immer ein offenes Ohr für die Anliegen und Bedürfnisse Ihrer Kunden haben. Sicherlich haben Sie schon mal vom Prinzip der Reziprozität gehört, oder? Ich gebe, damit du gibst. Oder anders gesagt: Sie sollten gegenüber Ihren Kunden immer in Vorleistung gehen, sprich sich regelmäßig melden und Kontakt halten – und sich um eine sofortige Lösung bemühen, falls es zu einer Unstimmigkeit kommt. Aber wie genau verhalten Sie sich, wenn Sie einen Kunden am Telefon haben, der sich beschwert?

Mit den folgenden fünf Tipps manövrieren Sie sicher durch jedes unangenehme Telefonat:

- Der Kunde ist in Rage und tobt? Auch wenn es Ihnen schwerfällt: Lassen Sie ihn sich seinen Frust von der Seele reden. Wichtig ist dabei allerdings, dass Sie nicht einfach stumm bleiben und wie das sprichwörtliche Kaninchen vor der Schlange erstarren. Signalisieren Sie Ihrem Gesprächspartner, dass Sie ihm zuhören und sein Anliegen ernst nehmen. Dazu reicht es bereits, wenn Sie hin und wieder kurze Zuhörersignale wie „Ihre Situation kann ich nachvollziehen, da würde ich mich auch ärgern!“, „Ja“ oder „Sie haben recht, das ist nicht in Ordnung, tut mir leid.“

- Zugegeben, es ist unangenehm, wenn der Gesprächspartner ausfallend wird. Wichtig ist hier, dass Sie Beleidigungen nicht persönlich nehmen, sondern sie an sich abprallen lassen. Bleiben Sie stattdessen ruhig und signalisieren Sie Ihrem Gegenüber, dass Sie ihn ernst nehmen und die Lösung des Problems für Sie oberste Priorität hat.

- Übernehmen Sie Verantwortung: Es ist völlig egal, ob sich Ihr Kollege vertippt hat oder die Handschrift des Kunden einfach unleserlich war. Mit lahmen Ausreden ist niemandem geholfen. Selbst wenn es wirklich so war – entscheidend ist, dass so schnell wie möglich etwas passiert und dem Kunden geholfen wird.

- „Beschwerden bitte schriftlich einreichen“ – und am besten noch mit doppelter Durchschrift und amtlichem Siegel? Bitte machen Sie es Ihren Kunden nicht unnötig schwer! Immerhin haben sie sich schon die

Mühe gemacht, sich wegen der Reklamation zu melden. Folgt dann ein administrativer Schildbürgerstreich, brauchen Sie sich nicht zu wundern, wenn Sie nie wieder etwas von Ihrem Gesprächspartner hören.

- Wenn Sie vorbereitet sind auf mögliche Antworten, ist die Frage „Was genau stellen Sie sich denn vor?“ eine wunderbare Methode zur Deeskalation. Denn auch wenn Sie bereits eine Lösung im Kopf haben – lassen Sie Ihrem Kunden ruhig mal den Vortritt. So hat er das Gefühl, dass Sie wirklich alle Hebel in Bewegung setzen.

Wichtig: Egal, für welche Lösung Sie sich schließlich entscheiden – präsentieren Sie Ihrem Kunden einen konkreten Zeitplan dazu. Natürlich ist es verlockend, sich erst einmal mit Aussagen wie „Wir kümmern uns darum“ etwas Spielraum zu verschaffen. Doch so läuft das nicht! Selbst wenn Sie viel zu tun haben – nehmen Sie sich die Zeit und wickeln Sie die Reklamation mit oberster Priorität ab. Denn mit einer schnellen und rundum zufriedenstellenden Lösung besänftigen Sie Ihr Gegenüber nicht nur, sondern machen ihn im Idealfall auch zu einem loyalen Kunden. Punkten Sie mit aufrichtigen und selbstsicheren Entschuldigungen.

Natürlich sind Fehler ärgerlich – doch sie machen uns auch menschlich! Es ist daher völlig normal, dass auch mal etwas schiefgehen kann. Wenn Sie gerade viel auf dem Tisch haben und ein Beratungstermin den nächsten jagt, kann es leicht passieren, dass sich im Finanzierungsangebot für einen Hauskauf ein Zahlendreher einschleicht. Das muss per se kein Drama sein. Vorausgesetzt, Sie gehen offen und ehrlich damit um. Natürlich ist es nicht schön zuzugeben, dass etwas schiefgegangen ist. Doch gerade im direkten Kundenkontakt ist es besser, wenn Sie direkt in den sauren Apfel beißen und sagen, was Sache ist. Gerade wenn Sie in einem emotionalen Reklamationsgespräch stecken, sollten Sie zugeben, wenn etwas schief gelaufen ist und den Kunden dann um Verzeihung bitten. Doch damit Ihre Entschuldigung auch richtig bei Ihrem Gegenüber ankommt, gilt es, ein paar Grundregeln zu beachten.

Sicher gibt es ihn auch in Ihrer Abteilung: Den Kollegen, der sich sogar noch dafür entschuldigt, wenn Sie ihn anrempelein. Und der bei einer Reklamation ge-

fühlte Tausend Mal um Verzeihung bittet und vor dem Kunden zu Kreuze kriecht. Das ist definitiv zu viel des Guten, wie soll Ihr Gegenüber Sie dann noch ernst nehmen? Fehler passieren, eine ehrliche Entschuldigung reicht meistens völlig aus. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass sich Ihre Entschuldigung noch nicht abgenutzt hat. Sie haben den telefonischen Beratungstermin mit einem Klienten verschwitzt und melden sich 30 Minuten zu spät? Hier gebietet schon der Anstand eine Entschuldigung. Sind Sie jedoch ein notorischer Terminversäumer und haben den

## 5 Tipps für telefonische Reklamationen

Signalisieren Sie Ihrem Gesprächspartner, dass Sie ihm zuhören und sein Anliegen ernst nehmen.

Bleiben Sie ruhig und signalisieren Sie Ihrem Gegenüber, dass die Lösung des Problems für Sie oberste Priorität hat.

Übernehmen Sie Verantwortung: Es ist völlig egal, ob sich Ihr Kollege vertippt hat oder die Handschrift des Kunden einfach unleserlich war.

Guter Service zählt auch bei Reklamationen. Machen Sie es Ihren Kunden nicht unnötig schwer.

Fragen Sie Ihren Kunden nach seinen Wünschen. So hat er das Gefühl, dass Sie wirklich alle Hebel in Bewegung setzen.

Kunden schon mehrfach warten lassen, hilft Ihnen selbst die beste Entschuldigung nicht mehr weiter. Spätestens dann sollten Sie anfangen, sich via Handy, E-Mail oder Kalender an die Termine erinnern zu lassen! Zum Schluss noch eine sprachliche Feinheit: Viele sagen etwas wie „Ich entschuldige mich.“ Fakt ist jedoch, dass Sie sich gar nicht selbst entschuldigen können – das kann nur der Geschädigte. Beachten Sie also lieber diesen feinen Unterschied und sagen Sie stattdessen lieber „Entschuldigen Sie bitte...“. Ist Ihnen ein besonders schwerwiegender Fauxpas unterlaufen, sollten Sie sogar explizit um Verzeihung bitten und eine Wiedergutmachung anbieten, um die Wogen zu glätten. ■

Claudia Fischer: „99 Tipps für erfolgreiche Telefonate – Die Erfolgspotenziale von Telefonaten optimal nutzen“. Audio-CD, Gabal Verlag, 39,90 Euro, ISBN: 978-3-86936-775-0

Autorin **Claudia Fischer** gilt als eine der renommiertesten Telefon- und Kommunikationsexpertinnen im deutschsprachigen Raum. Als Trainerin konzentriert sie sich bewusst auf die mittel- und langfristige Umsetzung von Telefontrainings mit dem Ziel, Unternehmen einen nachhaltigen Telefonerfolg zu sichern. **Mehr online: [www.telefontraining-claudiafischer.de](http://www.telefontraining-claudiafischer.de)**