

Vom Umgang mit Reklamationen

Erfolgreiche Abschlusstechniken – Teil 9 einer praxisnahen Ratgeberreihe zum Thema Verkäuferkompetenz in Bau- und Gartenmärkten

Der Kunde muss die Möglichkeit haben Dampf abzulassen, ruhig zu werden – das befreit! Man sollte versuchen, den Kunden räumlich zu isolieren! Zuschauer, speziell Kunden, könnten Zeuge des peinlichen Auftritts werden und könnten voreilige Schlüsse über die Qualität der eigenen Produkte ziehen! Wenn der Kunde weiterhin „Dampf ablässt“, sollte man ihn auf gar keinen Fall unterbrechen! Durch den Widerspruch oder die Verniedlichung des Verkäufers wird die Kundenerregung nicht abgebaut – sondern im Gegenteil die Verärgerung gefährlich erhöht. Hier bieten sich Formulierungen an, wie: „Ich verstehe Ihren Ärger“, „Es ist außerordentlich bedauerlich, dass gerade Sie, Herr Köhler, solch einen Ärger hatten“.

Wenn man nach dieser Phase entspannt am Verhandlungstisch sitzt, dem Kunden womöglich eine Tasse Kaffee angeboten hat, ist das Schwierigste bereits erledigt. Jetzt muss sorgfältig der Sachverhalt schriftlich fixiert werden. Die in der Erregungsphase des Kunden übertriebene Darstellung wird dadurch relativiert und wesentlich reduziert. Auch Psychotherapeuten pflegen so zu arbeiten.

Jetzt kann man sich, auch für Fehler der Kollegen, entschuldigen. Vermeiden sollte

man jedoch in jedem Fall, die Schuld auf Mitarbeiter und Kollegen oder andere Fachabteilungen zu schieben. Das kommt überhaupt nicht gut an, weder bei ihrem Kunden noch bei den betroffenen Dritten. Man sollte jetzt nie den Fehler machen und eine sofortige Lösung anbieten. Man kann auf Zeit setzen – Zeit heilt Wunden – Zeit schafft Kompromisse – und mit dem Kunden einen Zeitpunkt vereinbaren, an dem man ihm eine Lösung anbietet. Das reicht. Der Kunde braucht jetzt das Gefühl, dass man für ihn aktiv wird. Beenden sollte man das Reklamationsgespräch immer mit positiven Abschlussformulierungen, wie: „Ich bin jetzt wirklich froh, Herr Steffen, dass wir diese Angelegenheit besprochen haben, denn wir schätzen SIE, Herr Steffen, wirklich als guten Kunden.“

Das letzte, was der Kunde hören will, sind Rechtfertigungen des Verkäufers. Also was tun? Hinhören und nicht unterbrechen! Wenn es sein muss, lange hinhören. Schweigen kann in solchen Situationen eine interessante rhetorische Variante sein.

Der Kunde will den Verkäufer leiden sehen! Beispiel: „Es tut mir leid, dass das ausgerechnet bei Ihnen passiert ist, Herr Moll.“ Wir Menschen unternehmen so manches, um der zu sein, der wir am

liebsten wären. Und wer wären wir am liebsten? Ein Held! Also was tun? Wir appellieren an sein Idol. Beispiel: „Wir kennen Sie als fairen Geschäftspartner, Herr Mohrenstecher, geben Sie mir persönlich denn überhaupt noch eine Chance in der Sache?“

Fazit: In wenigen Firmen gilt der Grundsatz, dass eine Reklamation wichtiger ist alle sonstige Kundenkontakte. Der Autor empfiehlt, dies zur absoluten Chefsache zu machen. Reklamationen sollten als Chance und Aufhänger begriffen werden, persönlich mit dem Kunden Kontakt aufnehmen zu können. Erfolgreiche Vertriebsleute haben die Basis ihres Erfolges vielfach mit solch relativ simplen Vorgehensweisen begründen können. □

Verkäuferkompetenz 9

Dies ist Teil 9 einer umfassenden praxisnahen DIY-Ratgeberreihe für Verkäufer. Im nächsten Heft informieren wir zum Thema „Kundenorientierung“. Autor dieses Artikels ist der langjährige Verkaufstrainer

Ewald W. Schneider
27624 Bad Bederkesa
Tel.: 04745/6319

www.ewald-w-schneider.de

Erfolgreich verhandeln

Viele Berufstätige sind nicht zufrieden mit ihrem Gehalt. Statistische Erhebungen der Arbeitsämter unter Mitarbeitern haben zu dem Ergebnis geführt, dass 80 Prozent der Befragten mit ihrem Gehalt nicht (mehr) einverstanden sind. Dennoch wagen die meisten von ihnen nicht den Gang zum Chef, um sich mit ihren Forderungen nach einem höheren Lohn Gehör zu verschaffen.

Dabei kann man mit der konsequenten Planung eines Vier-Augen-Gesprächs die innere Hemmschwelle überwinden. Das Wichtigste dabei ist, den optimalen Zeitpunkt zu bestimmen. Damit ist nicht nur die Terminierung des Gesprächs mit dem Chef gemeint, sondern auch der Vorlauf. Hohes Engagement innerhalb des Betriebes ist z.B. sehr hilfreich. Mit hervorragenden Konzepten, die selbstverständlich auch umsetzbar sein müssen, kann sich der Mitarbeiter gezielt hervortun. Ebenfalls sollte man versuchen, soziale Kontakte innerhalb und außerhalb des Betriebes aufzubauen, damit die anderen Beschäftigten ein positives Bild gewinnen. Dieses spricht sich herum und dient als unterstützende Maßnahme. Auch über seine Ziele sollte man sich im Klaren sein: Geht es nur um eine Erhöhung des Gehalts oder wünscht man sich gewisse Vergünstigungen, zum Beispiel Gewinnbeteiligungen, Aktienoptionen, mehr Verantwortung oder mehr Urlaub. Es gilt, sich zusätzlich zu informieren, was in anderen Betrieben für vergleichbare Tätigkeiten bezahlt wird. So kann man dem häufig auftretenden Fehler, überzogene Forderungen zu stellen, wirksam vorbeugen.