

Professionelles Beschwerde-Management

# Beschwerde-Management optimieren: Wie mit unzufriedenen Kunden umgehen?

10 Tipps, wie man enttäuschte Kunden leichter zurückgewinnt

**Ein gut gehütetes Business-Geheimnis?**



Erstaunlicherweise erkennen viele Unternehmen nicht, wie wichtig ein professionelles Beschwerdemanagement ist. Daher hier zehn Empfehlungen, wie Sie mit Reklamationen konstruktiv umgehen und diese erfolgreich zur Kundenbindung nutzen können.

## 1) Kultur: Brief von Lufthansa-CEO Spohr

Ein Beispiel für offene Fehlerkultur ist der Brief des Lufthansa-Chefs Carsten Spohr an die Kunden mit dem Tenor "*man könne nicht die gewohnte Verlässlichkeit, Robustheit und Pünktlichkeit liefern. Wir können uns dafür bei Ihnen nur entschuldigen*". In einem Schreiben an die Belegschaft räumte Spohr ein, dass er in den vergangenen zwei Jahren auch Fehler gemacht habe.

## 2) Machen Sie das Beschweren einfach

Machen Sie es dem Kunden so einfach wie möglich, sich zu beschweren, indem Kontaktoptionen gut sichtbar sind. Konkret sollten auf der Webseite stets drei Optionen vorhanden sein:

- Ein Kontakt-Formular
- Die Telefonnummer einer immer erreichbaren Hotline
- Eine Emailadresse.

Für Ihre Firma ist es allemal besser, Ihre Kunden wenden sich direkt an Ihr Unternehmen als an Online-Foren, wo negative Rezensionen im Internet viral gehen und eine verheerende Eigendynamik entfalten können.

### **3) Zuhören**

Falls die Beschwerde per Telefon eingeht: Zuhören. Schon dadurch wird der erste großen Ärger beim Kunden verrauschen. Man sollte also den Raum geben, das Problem zu schildern – ohne zu unterbrechen. Allein schon das Hinhören ist eine vertrauensbildende Maßnahme.

### **4) Schnelligkeit statt "Warten lassen"**

Falls die Beschwerde per Telefon eingeht: Den Anrufer nicht in der Warteschleife "schmoren" lassen.

*Persönliche Anmerkung:* Ein Touristikkonzern hat mich zweimal über eine Stunde am Telefon warten lassen – unabhängig von allen anderen Faktoren ein Grund, warum der Konzern mich als Kunden verloren hat. Das hätte nicht sein müssen.

Vielmehr sollte durch ausreichend Mitarbeiter in Call-Center, Service-Center oder Telefon-Zentrale sichergestellt werden, dass Klagen von Kunden zeitnah aufgenommen und bearbeitet werden – was keine Raketenwissenschaft ist.

Im Zweifelsfall: Lassen Sie jemand einen Probeanruf tätigen und schauen Sie, wie lange die Wartezeiten wirklich sind.

### **5) Eingangs- und Ausgangs-Formulierungen**

Verwenden Sie sogenannte "Worte mit Wirkung" und zeigen Sie verbal Verständnis. Hier ein Beispiel für den Beginn des Gespräches:

*"Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, uns auf diese unangenehme Situation hinzuweisen."*

Damit werden Sie Ihrem Gegenüber erst mal etwas Wind aus den Segeln nehmen.

Eine gute Ausgangsformulierung ist beispielsweise:

*"Kann ich sonst noch etwas für Sie tun?"*

## **6) Entschuldigen Sie sich**

Sagen Sie, dass es Ihnen leid tut, so wie es gelaufen ist und dass Ihr Unternehmen offenbar unter Ihren üblichen Qualitäts-Standards geblieben ist. Widerstehen Sie der Versuchung, sich zu rechtfertigen oder anderen die Schuld zuzuschieben.

Statt von "Irrtum" oder "Fehler" zu reden, können Sie beispielsweise von Fauxpas, Malheur oder Missgeschick sprechen.

Auch wenn es schwer fallen mag: Bleiben Sie souverän, höflich und gelassen, auch wenn der Kunde gerade am anderen Ende wütet.

## **7) Zielführende Lösungsvorschläge machen**

Fragen Sie, wie eine sinnvolle Lösung aussehen könnte (die den Kunden wieder zufriedenstellt) und die für beide Seiten fair wäre.

Bereiten Sie in Gedanken einige Optionen zur Wiedergutmachung vor, die Sie dann anbieten können. Seien Sie flexibel und großzügig, um Dinge wohlwollend möglich zu machen.

Signalisieren Sie, dass Sie die Sache ernst nehmen und sich dafür einsetzen, alles so schnell wie möglich aus der Welt zu schaffen.

## 8) Nachverfolgen: Konsequenter Follow-up

Gewährleisten Sie, dass das Besprochene auch implementiert wird. Zweckmäßig werden die Schritte in der CRM (Customer Relationship Management) Datenbank notiert. So können auch Mitarbeiter, die neu involviert werden, sich schnell in die Historie der Kunden-Interaktion einlesen.

Es ist ein Zeichen der Wertschätzung, wenn Sie dem Kunden eine kurze Email zur anvisierten Zeitlinie schreiben.

## 9) Interne Ursachenanalyse

*"Zeigen Sie mir jemanden, der noch keinen Fehler gemacht hat, und ich zeige Ihnen einen Menschen, der noch nie etwas geleistet hat."*

- Theodore Roosevelt -

Analysieren Sie, was die Ursache der Beschwerde sein könnte. Dies bedeutet, nachzuforschen, wie es so weit kommen konnte – und zwar konstruktiv ohne Schuldzuweisungen. Ihr Ziel ist, Ihren Zielgruppen zukünftig ein positives, vorbildliches Kundenerlebnis zu bieten.

Frage: Was kann man ändern, damit so etwas nicht nochmal passiert? Mit aufwändigen Regularien, Mikromanagement und Perfektionismus-Denken wird man nicht weit kommen.

Erfolgversprechender sind:

- Klare Verantwortlichkeiten
- Streamlining der Abläufe und bessere Schnittstellen
- Coaching der Führungskräfte und gelebte Leadership
- Fortbildung der Mitarbeiter in Form von Trainings.

### **Zum Abschluss: Wählen Sie**

Welche der genannten Tipps sind besonders relevant für Sie, um unzufriedene Kunden wieder zu zufriedenen Kunden zu machen? Ihr Investment dafür wird sich lohnen.

### **Audio und Video**

<https://www.umbachpartner.com/de/beschwerde-management-optimieren-wie>

### **Newsletter gratis beziehen**

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>