



Nicht an jedem Problem ist das Produkt schuld

Die Fehler unserer Kunden

Reklamationen sind immer ein Ärgernis. Reklamationen bieten große Chancen. Unberechtigte Reklamationen sind der Schlüssel zum Erfolg?

Reklamationen sind ein Graus für jedes Unternehmen. Zum einen stören sie den täglichen Arbeitsprozess, zum anderen rütteln sie am Thron der Unfehlbarkeit, denn jedes Unternehmen möchte natürlich reklamationenfrei sein. Wie heißt es noch im Total Quality Management hierzu? Null Fehler ist das Ziel. Reklamationen verändern sofort unsere Arbeitspriorität, denn unzufriedene Kunden haben immer Vorrang. Zumindest sollte dies in einem Unternehmen entsprechend geregelt sein. Aber es hakt zumeist schon daran, dass sich gern um diese unangenehme Aufgabe gedrückt wird. Lieber wird die Reklamation abgewimmelt. Wenn das nicht möglich ist, wird im Unternehmen der Schuldige gesucht, der dann die Suppe auslöffeln muss. Da niemand gerne Fehler macht, muss jetzt der, der sowieso schon niedergeschlagen ist, mit dem Kunden verhandeln. Dass das nicht zu guten Resultaten führt, wird jedem klar sein.

Jede Reklamation ist eine Chance

Große Unternehmen, die durch die Vielzahl der Kunden automatisch eine Vielzahl an Reklamationen haben, verfügen über spezielle Abteilungen zur

Bearbeitung. Bei allen anderen sind Beschwerden eher selten, wenn das nicht so wäre, sollte sich ein Unternehmen ernsthaft Gedanken über seine Zukunft machen. Bei seltenen Prozessen sind die Prozessabläufe oft nicht verinnerlicht, was dann zu Stress am Arbeitsplatz führt. Zwar ist die richtige Vorgehensweise im Qualitätsmanagement beschrieben, aber das steht häufig im Schrank und wird nicht gelebt. Eigentlich sollte ein Unternehmen ähnlich wie die Feuerwehr seltene Prozessabläufe ab und zu üben, um im Ernstfall dafür gewappnet zu sein. Reklamationen richten sich auch fast immer nicht gegen eine Person, sondern gegen ein Produkt oder Unternehmen, deshalb braucht sich niemand angegriffen zu fühlen. Wichtig ist, den Anrufer ernst zu nehmen, Verständnis zu zeigen, die benötigten Daten aufzunehmen und einen schnellen Rückruf zu versprechen, falls das Problem nicht sofort gelöst werden kann. Der Rückruf muss durch dafür geeignete Mitarbeiter erfolgen, die den Lösungsvorschlag mit dem Kunden abstimmen. Das führt dazu, dass sich alle schnell wieder ihren eigentlichen Aufgaben zuwenden können und der Kunde schnell zufrieden gestellt ist. Es macht Sinn, Reklamationen regelmäßig auszuwerten, um daraus zu lernen.

Unberechtigte Reklamationen und Fehlbedienungen?

Zum einen gibt es keine unberechtigten Reklamationen. Wenn die Brötchen beim neuen Bäcker nicht so schmecken wie beim Alten ist das zwar keine Reklamation, aber der Kunden wird trotzdem nicht mehr kaufen. Er hat ein Problem mit unserem Angebot und das kann nicht das Ziel sein. Es muss mit dem Kunden eine Lösung bzw. eine Brötchensorte gefunden werden, die ihn zufriedenstellt. Liegt die Reklamation in einer Grauzone, hilft oft nur ein Kompromiss. Kunden, die immer wieder Produkte im Grauzonenbereich reklamieren, sollten genau analysiert werden. Sind die Qualitätsansprüche zu hoch, fühlt er sich vernachlässigt oder nutzt er die Reklamation als zusätzliche Einnahmequelle. Auch hier hilft Auswertung, um schwarze Schafe herauszufinden oder sensible Kunden besser zu bedienen. Manchmal hilft auch nur die Trennung.



Zum anderen gibt es Reklamationen durch vom Kunden selbstverschuldete Fehlbedienungen oder Unfälle, z.B. bei Mietautos. Hier zeigt sich die wahre Größe eines Unternehmens. Die höchsten Empfehlungsrate, so erzählt ein Elektroroller Vermieter aus Berlin, werden dann erreicht, wenn einem Kunden bei einem selbst verschuldeten Unfall geholfen wird, obwohl dafür eigentlich der Kunde zuständig wäre. Hierfür ein Konzept zu haben, kann die Neukundenrate durch Empfehlungen sehr schnell nach oben befördern, gerade in einem Markt mit einem starken Wettbewerbsumfeld.

Generell ist es bei Reklamationen so, dass allgemein bekannt ist, dass kein Unternehmen alles für jeden richtig machen kann. Selbst bei Google macht eine Bewertung auf der Skala von 1 bis 5 von über 4,7 schon misstrauisch. Der richtige Umgang mit den Problemen der Kunden wird aber immer dazu führen, dass die Empfehlungsquote nach oben geht.

Profil Königskonzert: Wir sind ein Beratungsunternehmen mit Schwerpunkt Marketing, Vertrieb und Vertriebsorganisation. Wir geben regelmäßig zu Managementthemen Fachartikel heraus und entwickeln Kompetenzen in Unternehmen für diese Bereiche durch Beratung, Seminare und Lehraufträge. Auf Vereinbarung erarbeiten wir für aus diesem Artikel eine spezielle, exklusiv auf Ihre Leserschaft zugeschnittene Version. Alle bisher erschienenen Artikel finden Sie unter

<https://www.koenigskonzept.de/index.php/aktuell/fachartikel>

Helmut König 35516 Münzenberg - Mittelstr. 19 - Tel. +49 (0)6033 746634
oder +49 (0)172 9201709

E-Mail helmut-koenig@koenigskonzept.de - Homepage:

www.koenigskonzept.de

Das Bild in einer besseren Auflösung finden Sie unter

<https://www.koenigskonzept.de/fileadmin/Fehler.jpg>

Stichpunkte zum Artikel: #Reklamation, #Mängel, #Kunden, #TQM, #Prozess,
#Königskonzert, #Königskonzertblog