

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie, warum Kundenreklamationen so wertvoll sind. Anschließend finden Sie einen kompletten Leitfaden für den Umgang mit unzufriedenen Kunden sowie Praxisbeispiele aus Bäckereien. Lesen Sie, wie Sie einen reklamierenden Kunden vollends begeistern – und wie Sie Beschwerden durch eine dreifache Qualitätskontrolle weitgehend vermeiden können.

Reklamationen als Chance

Wenn sich ein Kunde wegen eines Produkt- oder Servicemangels beschwert, machen viele Verkäuferinnen einen Fehler: Sie rechtfertigen sich und ihren Betrieb, statt die Sichtweise des Kunden ernst zu nehmen und ihm ein gutes Gefühl zu geben. Dabei bieten Kundenbeschwerden eine Chance: Eine billigere Unternehmensberatung als die von Kunden kann man nicht bekommen! Will heißen: Dank der Kundenkritik können Bäcker ihre Produkt- und Servicequalität verbessern. Zusätzlich kann der richtige Umgang mit seiner Beschwerde aus dem unzufriedenen Kunden einen begeisterten Kunden machen. Und schließlich gilt es auch, negative Mundpropaganda zu vermeiden. ✓ **Tipp:** Schulen Sie Ihre Verkäuferinnen zum Thema, verfassen Sie einen Reklamationsleitfaden – und leben Sie einen offenen, sachlichen Umgang mit Kritik vor.



Foto: helix - fotolia.com

Das Ziel eines guten Beschwerdemanagements ist es, aus einem unzufriedenen einen begeisterten Kunden zu machen.

EXPERTENTIPP

Nehmen Sie Kundenreklamationen ernst!

Zufriedene Kunden sind Gold wert: Es ist in der heutigen Zeit viel schwerer, einen Kunden zu binden als früher. Während einst ein Stammkunde seiner Bäckerei fast ein Leben lang treu blieb, ist er heute sehr viel sprunghafter. Neue Kunden sind schwer zu gewinnen. Und ein Stammkunde lässt jedes Jahr im Schnitt 1.200 bis 1.500 Euro in der Bäckerei. Es kostet also richtig Geld, einen Kunden zu verlieren: Um diesen Umsatz nicht zu verlieren ist es wichtig, bei Kundenbeschwerden einige grundlegende Regeln zu beachten.

Entwickeln Sie einen Leitfaden: Weil Reklamationen nicht allzu häufig vorkommen, nehmen sich manche Unternehmer nicht die Zeit dafür, eindeutige Leitlinien für den Umgang mit Kundenreklamationen zu verfassen. Dieser sollte am besten ausgedruckt und in den Filialen ausgehängt werden. Auch sollte das gesamte Team geschult werden. Denn der Kunde will seine Beschwerde jetzt und hier loswerden – egal, ob ihm die Filialleiterin oder eine Aushilfe gegenüber steht.

Lernen, richtig zu reagieren: Ein reklamierender Kunde kommt in den meisten Fällen mit einer legitimen Kritik. Dass er sich überhaupt die Mühe macht, mit seiner Beschwerde herzukommen, statt künftig einfach anderswo einzukaufen, zeigt eine grundsätzlich positive Haltung. Nun bringen manche Kunden ihre Reklamation sachlich vor, während andere richtig ungehalten werden. Der Umgang mit solchen schwierigen Zeitgenossen stellt hohe Anforderungen an die Geduld und Kompetenz Ihrer Verkäuferinnen. Für viele ist das nur zu schaffen, wenn sie solche Situationen vorher geübt haben. Und wenn sie den Leitfaden für die Behandlung von Reklamationen fest im Kopf haben.

Unsere Expertin

Die Verkaufstrainerin und Unternehmensberaterin



Andrea Jörg hat ihr Handwerk von der Pike auf gelernt: Zur Bäckermeisterin ist sie in der elterlichen Bäckerei ausgebildet worden. Einige Jahre lang sammelte sie als Vertriebs- und Verkaufsleiterin in einigen großen Bäckereien Erfahrungen und qualifizierte sich durch eine Ausbildung zur Trainerin und Beraterin weiter. Ihre Schwerpunkte liegen neben Verkaufstrainings bei den Themen Filialorganisation und -optimierung, Unternehmensberatung und Kundenanalyse.
Kontakt: Tel. 0171 426 4620, www.joerg-training.de

7 Punkte für den Umgang mit Beschwerden

1. Lassen Sie den Kunden seine Sicht der Dinge schildern, ohne zu unterbrechen
2. Bleiben Sie ruhig, auch wenn der Kunde wütend ist
3. Zeigen Sie Ihr Verständnis für die Kritik
4. Entschuldigen Sie sich für die Unannehmlichkeit
5. Bedanken Sie sich für die Information
6. Schreiben Sie die Details zu Produktbeschwerden auf
7. Bieten Sie ein Ersatzprodukt, unter Umständen noch etwas dazu an

Der richtige Umgang mit Beschwerden

Zuhören, Kulanz beweisen und angenehm überraschen: Verkaufstrainerin **Andrea Jörg** weiß, wie man aus einer Kundenreklamationen ein positives Erlebnis macht. Hier sind ihre Tipps für die Mitarbeiterinnen im Verkauf:



© contrastwerkstatt - Fotolia.com

Ende gut, alles gut: Wenn der Kunde Ersatz für die mangelhafte Ware erhält und am besten noch ein zusätzliches Geschenk.

Einstellung: Machen Sie sich klar, dass Sie mit der Beschwerde nicht persönlich gemeint sind. Sehen Sie sich als Verkaufsprofi, der nach besten Kräften mit einer Reklamation umgeht und einen Kunden für Ihren Betrieb hält. Diskutieren Sie nicht mit dem Kunden. Und da es nicht um Ihre Person geht, brauchen Sie sich auch nicht zu rechtfertigen.

1. Schritt: Bringen Sie gleich zu Beginn des Reklamationsgesprächs eine Wertschätzung der Kundenbeschwerde zum Ausdruck. Zum Beispiel mit dem Satz „Danke, dass Sie es sagen, denn nur so können wir etwas ändern. Was war denn nicht in Ordnung?“ Schwierigen Zeitgenossen nehmen Sie so schon etwas Wind aus den Segeln.

2. Schritt: Hören Sie dem Kunden ohne Wenn und Aber zu, während er seine Kritik vorträgt.

3. Schritt: Füllen Sie ein Reklamationsformular aus, das in jeder Filiale vorliegen sollte. Wann genau Sie damit beginnen, ist Ihrem Fingerspitzengefühl überlassen. Satz zum Kunden: „Warten Sie, ich fülle das gleich aus, dann kann ich das an unsere Bäcker weitergeben.“ Haken Sie gegebenenfalls nach, wann der Artikel gekauft wurde und was genau nicht in Ordnung war. Auch Name, Adresse und Telefonnummer des Kunden sollten Sie für eventuelle Rückfragen aufnehmen.

4. Schritt: Ein Umtausch steht dem Kunden zu! Fragen Sie nach, ob er den Artikel nochmals bekommen oder einen ähnlichen Ersatz probieren möchte. Das gilt selbstverständlich auch, wenn der Kunde das „Corpus Delicti“ nicht mitgebracht hat. Nur wenn Sie merken, dass ein Kunde mehrfach Ihre Kulanz ausnutzt, bitten Sie ihn, wenigstens einen Teil der Backware mitzubringen. Argument: „Nur so können wir die Schwachstellen erkennen und dadurch auch beheben.“

5. Schritt: Zum Abschluss erhält der Kunde ein zusätzliches Geschenk. „Als Entschuldigung bekommen Sie von mir noch einen frisch gebackenen Plunder.“ So überraschen Sie Ihren Kunden und machen aus dem negativen ein positives Einkaufserlebnis! Sehen Sie diese Zugabe gleichzeitig als Werbung für ein Produkt, von dem Sie gerne mehr verkaufen möchten.