



Ausgewählte Irrtümer im Beschwerdemanagement

Beschwerden sind lästig und halten mich nur von der Arbeit ab!

Wenn auch Sie dieser Ansicht sind, lohnt es sich wahrscheinlich nicht weiter zu lesen ... aber bedenken Sie, auch Sie sind Kunde!



Bild: pixabay.com

Ausgewählte Irrtümer im Beschwerdemanagement

Haben auch Sie sich schon des Öfteren gewundert, dass Sie keine Rückmeldung erhalten, wenn Sie sich bei einem Unternehmen melden, weil zum Beispiel der gelieferte Drucker nicht einwandfrei funktioniert?

Wir sprechen absichtlich vom Melden und noch von keiner massiven Beschwerde, denn sie wollen nur Unterstützung. Der Rückruf kann Tage dauern. Die Antwort auf die E-Mail ebenso. Manchmal müssen Sie sogar mehrfach urgieren, um zu einer Antwort zu gelangen. Es kommt auch nicht selten vor, dass Sie überhaupt keine Reaktion erhalten.

Wie geht es Ihnen als Kunde dabei?

Dabei muss nicht einmal ein Gerätefehler vorliegen. Konsumenten kommen des Öfteren mit der Vielzahl an Features nicht zurecht und wollen einfach nur eine kompetente Antwort, welche sie sich natürlich vom Hersteller oder vom Händler erwarten dürfen.

Und wenn das Problem tatsächlich am Gerät selbst liegt? Fehler passieren! Sagen Sie es Ihrem Kunden einfach!

Je länger Sie sich jedoch mit einer Reaktion Zeit lassen, desto größer wird der Unmut Ihrem Unternehmen gegenüber. Und dann haben Sie es tatsächlich mit einer Beschwerde mit all ihren unangenehmen Folgewirkungen zu tun.

Denken Sie nur an die rasche Verbreitungsmöglichkeit im Internet. Die zahlreichen Möglichkeiten, sich online zu artikulieren, führen umgehend zur Meinungsbildung und beeinflussen somit Ihr Image nachhaltig.

Reklamation ist eine der wenigen Möglichkeiten, in direkten Kundenkontakt zu treten – warum also fürchten?

Geld gegen Ware. Diese Zeiten sind in so kompetitiven Märkten wie heute längst vorbei. Es darf ruhig „ein bisschen mehr sein“.

Finden Sie auf den folgenden Seiten fünf ausgewählte Irrtümer im Beschwerdemanagement.

Irrtum 1 – Beschwerden gibt es bei uns nicht!

Sie bekommen keine Rückmeldung von Ihren Kunden?

Sie gehen davon aus, dass das Schweigen Ihrer Kunden automatisch Zustimmung zu Ihren angebotenen Produkten oder Dienstleistungen darstellt?

Weit gefehlt! Werfen Sie doch einmal einen Blick in das ein oder andere Forum, auf eine Seite aus dem Social Media Bereich oder fragen Sie bei Ihren Mitarbeitern nach, die direkten Kundenkontakt haben! Sie werden überrascht sein.

Sie können sich glücklich schätzen, wenn Kunden mit Ihnen in Interaktion treten. Auch wenn es sich möglicherweise um eine Reklamation handelt. Im Schnitt meldet sich bei Ihnen nur ein geringer Prozentsatz der unzufriedenen Kunden und es ist Ihre Aufgabe, diese Kunden wieder zu zufriedenen Kunden zu machen.

Haben Sie diesen Konsument einmal verloren, kostet es Sie rund das Siebenfache, einen neuen Kunden zu gewinnen. In weiterer Folge wird es Sie vermutlich noch um einiges mehr kosten, denn Ihr verloren gegangener Kunde erzählt seine negativen Erfahrungen weiter, und beeinflusst somit weitere bestehende Kunden, aber auch solche, die vor hatten mit Ihnen in Beziehung zu treten.

Im Gegenteil: stimulieren Sie die Beschwerdemöglichkeit!

Aber nur dann, wenn Sie bereits einen funktionierenden Prozess definiert haben, da Sie sonst genau das Gegenteil bewirken, wenn Sie diese nicht professionell bearbeiten können.

Irrtum 2 – Wir benötigen keine definierten Prozesse im Beschwerdemanagement!

Wenn jeder macht, was er will, wird Ihnen das weder den gewünschten Erfolg bringen, noch werden Ihre Kunden zufrieden sein.

Denken Sie an die Entwicklung Ihrer Produkte. Wie würde es aussehen, wenn dafür keine definierten Prozesse eingerichtet sind? Es muss klare Aufgabenstellungen und Verantwortlichkeiten geben, damit ein möglichst reibungsloser Ablauf garantiert ist, um das Produkt auf den Markt zu bringen.

Wieso soll das bei der Bearbeitung von Beschwerdefällen anders sein?

Wenn für Ihre Mitarbeiter nicht klar ersichtlich ist, wie sie sich zu verhalten haben, welches Pouvoir ihnen zur Verfügung steht und an wen sie sich intern wenden können, führt dies unweigerlich zu einem internen Chaos. Und dies ist für Ihre Kunden absolut spürbar. Direkt und auch indirekt, sprich durch negative Mundpropaganda Ihrer Mitarbeiter.

Was uns gleich zum nächsten Irrtum führt...

Irrtum 3 – Beschwerden behandelt der, der gerade Zeit hat!

Es gibt natürlich Ausnahmefälle, wie zum Beispiel in kleineren Unternehmen. Wenn einer Ihrer Mitarbeiter unerwartet ausfällt, ist es definitiv besser, Sie lassen jemand anderen die Beschwerden bearbeiten bevor diese ewig liegen bleiben.

Sie sollten sich in jedem Fall intensiv darum kümmern, dass die Beschwerdeabteilung nicht als „lästiges Anhängsel“ in Ihrem Unternehmen gesehen wird. Diese Unit ist mindestens genauso viel wert wie Ihre Produktentwicklungsabteilung.

Denn diese Mitarbeiter haben direkten Kundenkontakt und repräsentieren Ihre Firma nach außen. Je besser sie daher geschult sind – und dies betrifft sowohl die „hard skills“, wie ausgezeichnete Produktkenntnisse, als auch „soft skills“, wie geeignetes Telefontraining, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, den „Beschwerdefall“ zu einem positiven Abschluss zu bringen und einen zufriedenen Kunden mehr zu haben.

Übrigens: die Wertschätzung, die Sie Ihren Mitarbeitern entgegen bringen, überträgt sich auf die Kommunikation mit Ihren Kunden!

Irrtum 4 – Beschwerdemanagement kostet nur Geld!

Selbstverständlich ist auch ein professionelles Beschwerdemanagement mit Kosten verbunden. Je nach Größe Ihres Unternehmens benötigen Sie geeignete Mitarbeiter, spezifische Schulungen und Trainings, eigene Räumlichkeiten und Infrastruktur.

Doch setzen Sie diese Kosten einfach in Relation zu sonstigen Ausgaben. Stellen Sie den einmaligen und auch den laufenden finanziellen Aufwand in Bezug zu anderen Ausgaben in Ihrem Unternehmen. Egal, ob zum Beispiel Produktentwicklung oder Werbung.

Rechnen Sie sich einfach einmal aus, was es Sie kostet einen neuen Kunden zu akquirieren und stellen Sie dies den Kosten gegenüber, welche Sie mit einem Stammkunden haben. Sie werden überrascht sein, wie das Verhältnis der Ausgaben aussehen wird.

Irrtum 5 – Wenn sich ein Kunde beschwert, verliere ich ihn sowieso!

Wenn Sie so denken dann, haben Sie tatsächlich bereits verloren.

Eine offensive Grundhaltung gegenüber den eigenen Kunden ist Mindestvoraussetzung für eine für beide Seiten gewinnbringende Beziehung. Speziell aus einem funktionierenden Beschwerdemanagement können Sie wertvolle Informationen für Ihr gesamtes Unternehmen lukrieren. Zum Beispiel:

- für die Beziehung zu und Kommunikation mit ihren Kunden
- für Ihr internes Qualitätsmanagement
- für Ihr Kostenmanagement
- für künftige Entwicklungen von Produkten oder Dienstleistungen

Und unterschätzen Sie niemals den Wert von positiver Mundpropaganda. Wenn Sie es schaffen, Ihren Kunden trotz Beschwerde zufrieden zu stellen, haben Sie effektiv mehr erreicht, als Sie zum Beispiel mit klassischer Werbung erreichen können.

Rückfragen und Kontakt:

AECON

Andreas Engel

Mobil: 0043 664 283 1452

E-Mail: andreas.engel@aecon.at

Web: www.aecon.at