

Beschwerdegespräch: Führen Sie Kunden zurück zur Sache

Selbst wenn Sie sich größte Mühe mit Ihren Kunden geben – Kundenbeschwerden wird es früher oder später trotzdem geben. Manche Kunden reagieren dann sehr aufgebracht. So wird dennoch ein sachliches Gespräch möglich:

1. Ausreden lassen

Der angestaute Ärger muss erst einmal heraus. Lassen Sie den unzufriedenen Kunden deshalb ausreden. Hören Sie ihm aktiv zu, indem Sie

- sich ihm zuwenden,
- Blickkontakt zu ihm halten,
- bestätigend nicken,
- kurze bestätigende Bemerkungen machen („oje“, „ich verstehe“).

2. Positiv reagieren

Auch wenn es schwer fällt: Ihre erste Reaktion sollte positiv sein – etwa so:

- „Wie gut, dass Sie es sofort kontrolliert haben.“
- „Gut, dass Sie sich gleich an uns wenden.“
- „Ich kann Ihren Unmut verstehen. Ich würde mich an Ihrer Stelle auch darüber ärgern, dass ...“

3. Genauen Beschwerdegrund erfragen

Oft neigen Kunden bei Beschwerden dazu, zu übertreiben oder den Sachverhalt nur lückenhaft darzustellen. Klären Sie durch gezielte Nachfragen auf, was genau geschehen ist:

- „Haben Sie das defekte Gerät dabei? Dann zeigen Sie mir bitte mal, wo genau der Defekt ist.“
- „Sagen Sie mir bitte noch mal, was Ihnen in der Beratung versprochen wurde.“

4. Lösung suchen

Entschuldigen Sie sich persönlich beim Kunden dafür, dass Sie evtl. einen Fehler gemacht haben. Zeigen Sie, dass Sie alles Ihnen Mögliche tun, um ihm zu helfen:

- „Das tut mir wirklich Leid. Ich schicke Ihnen gleich morgen jemanden vorbei, der die Sache repariert. Ist das okay für Sie?“

Abmahnungen

Bei unberechtigten Abmahnungen Schadenersatz verlangen

Werden Sie unberechtigt abgemahnt, können Sie vom Abmahnenden Schadenersatz für die Kosten eines Rechtsanwalts verlangen. Ein solcher Anspruch kann bestehen, wenn ein so genanntes Übernahmeverschulden vorliegt. Das bedeutet: Es ist offensichtlich, dass eine Abmahnung ungerichtlich ist (Amtsgericht Bonn, 29.4.2008, Aktenzeichen: 2 C 525/07).

Indiz dafür ist, dass es sich um eine Bagatelle handelt (z.B. keine Nennung der zuständigen Aufsichtsbehörde) und der Abmahner bereits zahlreiche andere Wettbewerber mit Abmahnungen nach dem gleichen Muster überzogen hat.

Es macht sicher Eindruck auf einen Abmahner, wenn Sie ihn auf das Urteil hinweisen.

€ Werbe-Tipp des Monats



Guido Steimel
Werbetexter
Hennef
www.textmenues.de

Bauen Sie ein Experten-Image durch Fachbeiträge in Zeitungen auf

Sie sind Spezialist auf Ihrem Gebiet – z. B. als Gärtner für Pflanzen, als Isolierer für Wärmedämmung, als Friseur für aktuelle Haarmode. Zeigen Sie das auch potenziellen Kunden, die noch keinen Kontakt zu Ihnen hatten! Ein gutes Mittel dazu sind Fachbeiträge in der Lokalzeitung oder in Anzeigenblättern. Durch Fachartikel bauen Sie sich mit wenig Aufwand ein Experten-Image auf.

Schauen Sie die bei Ihnen erscheinenden Blätter durch. Welche Rubriken passen zu Ihren Leistungen? Welchen Themen widmet die Redaktion viele Seiten? Wie sehen aktuelle Fachartikel aus? Gibt es Themen, die fortlaufend und aufeinander aufbauend erscheinen? Können Sie etwas zu einem Thema beitragen, das bald in aller Munde sein wird? Nehmen Sie Kontakt zu den Redaktionen auf! Bieten Sie Ihre Experten-Tipps an, und schicken Sie ein Muster. Da Lokalredaktionen chronisch unterbesetzt sind, freuen sie sich über jeden guten Beitrag.

So gehen Sie vor:

- Wenden Sie sich direkt an den zuständigen Redakteur (beim Redaktionssekretariat erfragen).
- Klären Sie mit der Redaktion Umfang und Erscheinungstermin ab.
- Besprechen Sie mit der Redaktion, ob neben Ihrem Namen auch Ihr Unternehmen, die Internet-Adresse und ggf. ein Foto von Ihnen abgedruckt wird.
- Bieten Sie der Redaktion regelmäßig Beiträge an.
- Wählen Sie möglichst einen aktuellen Anlass für Ihre Beiträge. Ein Gartenbauunternehmen könnte z.B. für die Sommerhitze Tipps dazu geben, wie sich Pflanzen vor dem Austrocknen schützen lassen. Ein Installateur könnte die steigenden Öl- und Gaspreise aufgreifen, um die Vor- und Nachteile neuer Heiztechnik bzw. alternativer Energien zu erläutern.