

## Kundenbindung

# Reklamationen als Chance – nur leere Worte?

**In jedem Buch zum Thema Reklamationen steht es gross geschrieben: Reklamationen sind Chancen zur Kundenbindung. Meine Kunden stimmen dieser Aussage stets zu, nur in der täglichen Verkaufspraxis erlebe ich oft das krasse Gegenteil.**

Text: **Tom Müller**,  
lic. rer. pol. und Verkaufstrainer, Biembach\*  
Bilder: **Katharina Nüesch**

Elenora von Prestige, eine wohlhabende Kundin, die Wert auf Mode und Stil legt, hat vor einigen Tagen eine prächtige, grossblütige Orchidee in der Gärtnerei gekauft. Heute reklamiert die Kundin, die teuer erstandene Orchidee hätte fast alle Blüten «abgeworfen». Kälteschaden, wie Sie als Fachmann sofort erkennen. Was nun?

Nur 4 von 100 Kunden reklamieren, die restlichen wechseln wortlos zur Konkurrenz.

### So gehen Problemdenker vor

- Ich habe doch dem Verkaufspersonal deutlich gesagt, dass sie die Kunden informieren sollen, dass Orchideen kälteempfindlich sind. Ob dies im Fall von Frau von Prestige auch geschehen ist,

lässt sich nicht mit Sicherheit ermitteln, da die Kundin leider den Kassensbon nicht vorlegen kann.

- Ein Blick auf die anderen Orchideen der gleichen Lieferung im Verkaufsraum zeigt, dass diese alle prächtig blühen, also liegt der Fehler klar beim Kunden!

### So gehen Chancendenker vor

- Frau von Prestige ist eine langjährige gute Kundin. Auch heute liegen in ihrem Einkaufskorb bereits wieder Waren im Wert von über Fr. 80.–. Was müssen wir tun, dass Frau von Prestige gute Kundin bleibt?
- Frau von Prestige hatte Ärger mit der Orchidee. Es spielt dabei keine Rolle, ob sie den Fehler selber gemacht hat oder nicht. Was müssen wir tun, dass Frau von Prestige künftig erfolgreich mit ihrer Orchidee sein wird?
- Was können wir tun, damit wir künftig weniger Reklamationen wegen Kälteschäden bei Orchideen haben?  
→ Information, isolierende Verpackung, Pflanzentipp (siehe Beispiele Rosen/Orchideen)



**Trotz eigenem Verschulden erhält die Kundin Ersatz und kann sich ein Exemplar in der gleichen Preislage aussuchen.**

Problemdenker stellen immer die Schuldfrage – Chancendenker immer nach dem Erhalt der Kundenbeziehung. Entrüstet entgegen mir viele Geschäfts-Inhaber, dass es doch nicht sein kann, dass die Kundin einen Fehler macht und die Gärtnerei dafür bezahlen muss. Manchmal muss man eben eine Kröte schlucken und die Orchidee trotzdem ersetzen. Aber alles hat seine Grenzen. Ersetzen Sie die Orchidee einmal – halten Sie die Reklamationen in einem einfachen Ordner fest.

Eine schlecht gelöste Reklamation erzählt der Kunde durchschnittlich an 22 Personen weiter.

### Beschwerdemanagement organisieren

Damit ein Endverkaufsbetrieb Reklamationen als Chance zur Kundenbindung nutzen kann, muss er sich entsprechend organisieren.



**Die Kundin bringt die neu gekaufte Pflanze retour, da sie Blüten verlor. Der Fachmann erkennt sofort: Die Pflanze wurde falsch gepflegt und die Kundin ist «selber schuld».**

25% aller Kunden verliert ein Unternehmen, weil Reklamationen unzufrieden stellend gelöst wurden.

- Eine praktische Mitarbeiterschulung mit Rollenspielen und Videotraining ist das Wichtigste. Meist wird die Reaktion auf den Fehler (und nicht der Fehler

tionen bieten wir dem Kunden einen Sitzplatz und ein Getränk an.

### Reklamationen vorbeugen

Die Auswertung der Reklamationsordner zeigt, dass Pflegefehler der Kunden immer wieder Anlass zu Reklamationen geben. Aus diesem Grund haben wir in vielen Endverkaufsbetrieben sogenannte Pflanzentipps erstellt.

Die Pflanzentipps haben Visitenkartenformat (also nicht wie bisher A4-Format),

trieb von den Discountern abheben kann, sie bringen auch Zusatzverkäufe und reduzieren die Anzahl Reklamationen.

### Reklamationen sind Standardsituationen

Wie im Fussball ein Freistoss, sind im Endverkauf die Reklamationen eine Standard-situation. In der Praxis hat sich meine Dreis-Schritt-Notfallapotheke bestens bewährt. Gutes Verhalten bei der Reklamationsbe-handlung kostet nichts und dauert in der Regel weniger als eine Minute!

1. Schritt: Emotionen beruhigen
2. Schritt: Sachlage klären
3. Schritt: Lösung finden

#### 1. Schritt: Emotionen beruhigen

Hier eine Auswahl von Aussagen, die (die verärgerten) Kunden garantiert beruhigen

- Das tut mir sehr leid, dass Sie Umtriebe hatten!
- Das kann ich gut verstehen, das hätte mich auch verärgert!
- Danke, dass Sie mit diesem Anliegen direkt auf uns zugekommen sind.

Die ersten Worte sind entscheidend, ob die Reklamationsbehandlung gelingt.

Hier ein paar Aussagen, die genau das Gegenteil erreichen:



Die Kundin hat gewählt und ist zufrieden. Sie wird wiederkommen und die Kulanz der Gärtnerei bei Freundinnen und Freunden lobend erwähnen.

Früher: Wir sind top, denn wir haben kaum Reklamationen!  
Heute: Wir sind top, denn wir haben einen klaren Überblick über unsere Reklamationen – uns interessiert, was unsere Kunden bewegt.

selbst) als nicht zufrieden stellend beurteilt.

- Auch die Kompetenzfrage muss geregelt sein. Bewährt hat sich die Regelung: Bis Warenwert von Fr. 50.– soll der Mitarbeitende die Reklamation schnell, kulant und selbständig regeln, über Fr. 50.– Warenwert soll er mit einem Vorschlag zum Vorgesetzten gehen. Jeder Mitarbeitende hat zudem die Kompetenz, Kulanzmittel einzusetzen, z.B. einen Dünger dazu mitgeben oder eine kleine ausdekorierete Schnittrose.
- Wichtige Reklamationen werden in einem Ordner festgehalten (unter dem Kundennamen abgelegt). Das bringt den Vorteil, dass Kunden nicht mehrmals mit der gleichen Masche einen Ersatz «rausholen» können (oft erlebt bei Schnittblumen) und der Ordner gibt Auskunft über Vorbeugemöglichkeiten künftiger Reklamationen. Ein einfaches Leitformular zum Ausfüllen geben wir vor.
- Einen guten Rahmen schaffen: Bei «grösseren» und «längeren» Reklama-

sind farblich gestylt, laminiert und enthalten nur knappste, aber wichtige Information und werden direkt an die Pflanze z.B. mit Bast angebunden. Diese Pflanzentipps sind nicht nur ein markanter Mehrwert, mit dem sich der Endverkaufsbe-



Bei einer «grösseren» Reklamation ist es angebracht, sich mit dem Kunden bei einer Tasse Kaffee in eine ruhige Ecke zu setzen und die Beanstandungen schriftlich aufzunehmen.



Mitarbeitende sollen bei kleineren Reklamationen die Kompetenz haben, den Kunden mit einem «Kulanzmittel» versöhnlich zu stimmen.

- Da haben Sie sicher zu viel gegossen (Fehler zuschieben).
- Da sind Sie hier falsch, da müssen Sie zu den Schnittblumen gehen (abschieben).
- Gut gemeint, aber mit fataler Wirkung: Wo liegt ihr Problem?

95% der reklamierenden Kunden bleiben Stammkunden, wenn die Reklamation schnell UND kulant gelöst wird.

## 6 Tipps für Ihre Orchidee

1. 1 x pro Woche ins lauwarme **Wasserbad** (abtropfen lassen)
2. **Heller-halbschattiger Innen-Standort**, keine pralle Sonne
3. **Keine kalte Zugluft/Durchzug** (Kälteschäden)
4. Jedes 3. Mal mit **Orchideendünger** düngen erhöht die Blühdauer
5. Blütenstängel erst **abschneiden**, wenn sie abgetrocknet sind (Verzweigungen mit neuen Blüten möglich)
6. Blütenwachstum anregen mit **Nachtsenkung** auf 16 Grad



**Reklamationen vorbeugen: wichtigste Pflegetipps zu jeder Pflanze**

## Verkaufskurse mit Tom Müller

Erleben Sie Tom Müller live im Kurs «Schritt für Schritt zum Verkaufsprofi» von JardinSuisse und profitieren Sie von seiner grossen Erfahrung in der grünen Branche. Am 2. Februar 2010 findet ein Kurs an der Blumenbörse Mörschwil statt und der gleiche Kurs wird am 3. Februar 2010 am Bildungszentrum in Dagmersellen angeboten.

Anmeldung und Auskunft: JardinSuisse, Sabine Albertsen, Zürich, Tel. 044 388 53 00.


### 2. Schritt: Sachlage klären

Hier geht es darum, sich ein klares Bild über die Ereignisse machen zu können und dem Kunden zu zeigen, dass sie sein Anliegen ernst nehmen.

- Darf ich fragen, wann Sie die Pflanze bei uns gekauft haben?
- Können Sie mir beschreiben, wie Sie die Pflanze gepflegt haben?
- Habe ich Sie richtig verstanden, Sie haben ...

### 3. Schritt: Lösung finden

Schnell und kulant eine Lösung zu finden, zu der der Kunde ja sagen kann, ist das Wichtigste!

- Selbstverständlich ersetzen wir Ihnen die Orchidee, beachten Sie jedoch künftig ...
- Wir entschuldigen uns nochmals! Sind Sie so wieder zufrieden?
- Und sonst sind Sie mit unserem Geschäft zufrieden? 

\*Tom Müller ist Betriebswirt (lic. rer. pol. Universität Bern), Verkaufs-, Führungs- und Persönlichkeits-Trainer in der grünen Branche, info@verkaufsentwicklung.ch, www.verkaufsentwicklung.ch