

**Auf Feedback und Beschwerden richtig reagieren**

wollen? Dann schütteln Sie dieses Verhalten bei Beschwerden ab. Kurzfristig ist es zwar einfacher Ja zu sagen, obwohl man manchmal schon von vornherein weiss, dass dieses Ja kaum haltbar ist und man den Kunden enttäuschen wird. Dies wird ebenfalls der Fall sein, wenn man mit Nein antwortet und sagt: «Das geht leider nicht.»

Der richtige Weg ist, konstruktiv Nein zu sagen. Wenn zum Beispiel der Kunde auf Dienstagmorgen dringend ein Ersatzteil benötigt, funktioniert dies so: Sie fragen nach, um welche Uhrzeit dieses Ersatzteil allerspätestens in der Produktionsmaschine eingesetzt werden muss. Der Kunde sagt: «Um 15 Uhr muss die Maschine wieder laufen.» So verschaffen Sie sich Handlungsspielraum und können ihm eine Lösung bieten. Sie antworten: «Am Dienstagmorgen können wir Ihnen das Ersatzteil nicht liefern. Aber um Punkt 14 Uhr wird es bei Ihnen sein – fertig montiert und einsatzbereit.» Mit diesem «Trick» sagen Sie Nein und überraschen den Kunden dennoch positiv.

**Beschwerden einordnen.** Um auf Beschwerden angemessen zu reagieren, muss man diese richtig einordnen können. So sollte von Fall zu Fall einerseits beurteilt werden, wie gewichtig der Fehler ist und welche Folgen er hat, und andererseits, welche Verantwortung das Unternehmen dafür trägt (siehe Abbildung 10).

**Varianten anbieten.** Wenn immer möglich sollten den Kundinnen und Kunden Varianten angeboten werden, zum Beispiel, wenn ein defektes Geräteteil bereits am Folgetag wieder eingesetzt werden muss. Antworten Sie nicht mit: «Es tut mir leid, aber das geht erst in zwei Tagen, weil unser Lieferant das Stück nicht an Lager hat. Ich kann

nichts dafür ...» Sparen Sie vielmehr Energie und Zeit, indem Sie den Kunden aus verschiedenen Möglichkeiten auswählen lassen. Sagen Sie zum Beispiel: «Ich verstehe, es ist Ihnen wichtig, dass Sie es so schnell wie möglich haben. Ich biete Ihnen zwei Lösungen zur Wahl an: erstens eine Lieferung per Express für 10 Franken, damit Sie das Ersatzteil bereits am Montag erhalten; oder zweitens eine Lieferung mit normaler Post. Dann kommt das Ersatzteil am Dienstag und Sie sparen die 10 Franken Expresskosten. Was ist Ihnen lieber?»

**Gekonnter Abschluss.** Ein Unternehmen, das den Kundinnen und Kunden nach einer Beschwerde ein schriftliches Abschluss-Feedback gibt, wird so schnell nicht in Vergessenheit geraten. Setzen Sie keinesfalls ein Entschuldigungsschreiben auf, sondern danken Sie dem Kunden für seine Bemühungen und sein Verständnis, teilen Sie ihm mit, dass Sie sich freuen, mit ihm eine Lösung gefunden zu haben, sagen Sie, was Sie aus dem Fall gelernt haben, und legen Sie als besonderes Dankeschön ein paar Tipps bei, die Sie für ihn zusammengestellt haben, oder ein Muster Ihres neuesten Produkts.

**Fazit**

Ein zentrales Erfassen der Beschwerden und regelmässige Auswertungen sind sehr wichtig, reichen aber nicht aus. Vielmehr ist ein Umdenken nötig. Das Einholen von Feedback und das richtige Reagieren auf Beschwerden sind zentrale Erfolgsfaktoren bei der Kundenpflege. Dafür braucht es selbstsichere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die wissen, wie man aufgeregte Kunden beru-

**exkurs**

**Machen Sie sich bei Beschwerden das Riwela-Prinzip zu Nutze**

- ↓
- R** wie ruhig bleiben: Ich lasse mich nicht anstecken und bleibe ruhig.
- I** wie Interesse zeigen: Ich frage gezielt nach, statt nur zu reden und zuzuhören.
- W** wie Worte wecken Gefühle: Ich achte auf meine Wortwahl und vermeide Sätze wie «Leider komme ich erst morgen dazu» oder «Das geht nicht».
- E** wie Empathie zeigen: Ich zeige Verständnis, vermeide aber Entschuldigungen, Rechtfertigungen oder Ausreden.
- L** wie Lösungen anbieten: Ich suche aktiv nach Lösungen und schlage diese dem Kunden vor.
- A** wie Abschluss: Ich gebe ein konstruktives Feedback und zeige dem Kunden auf, was ich als Nächstes unternehme.

Abbildung 11 Feedback einholen, verarbeiten und auswerten

