



EMPFEHLUNGEN FÜR REKLAMATIONSGESPRÄCHE

Die folgenden Empfehlungen sind als Orientierungshilfe zu sehen:

- * Das Anliegen ist dem Kunden so wichtig, dass er schreibt, anruft oder persönlich vorspricht. Nehmen Sie den Fall genauso ernst!
- * Für Sie ist das Anliegen „ein Fall von...“, für den Kunden ist es ein Einzelfall mit entsprechender persönlicher Betroffenheit. Behandeln Sie das Anliegen daher als individuellen Problemfall.
- * Alles, was für Sie selbstverständlich ist (Fachbegriffe, interne Abkürzungen, Gesetzestexte, organisationsinterne Abläufe etc.), ist dem Kunden in der Regel fremd.
Erläutern Sie daher dem Kunden die Hintergründe in angemessener Weise und erklären Sie die Vorgangsweise. So können Sie auch Verständnis für Ihre Perspektive wecken.
- * Gehen sie auf Emotionen des Kunden ein. Bestätigen Sie, dass seine Gefühle aus seiner Perspektive berechtigt sind. Wenn der Kunde sich z. B. im Ärger befindet, dann holen Sie ihn eben im Ärger ab. Damit signalisieren Sie, dass es aus seiner Sicht o. k. ist, sich zu ärgern (das heißt allerdings nicht, ihm inhaltlich recht zu geben).
- * Vermeiden Sie Aussagen, die der Kunde als ein Abwälzen von Schuld (z. B. auf einen Kollegen) missverstehen kann.
- * Fragen Sie sich bei jedem Kundengespräch:
Fühlt er sich als Person verstanden und mit seinem Problem ernst genommen?

Möglichkeiten dazu:

- + sich in seine Lage versetzen,
- + zuhören, nachfragen,
- + sein Anliegen als individuelles Problem sehen,
- + eine positive oder zumindest neutrale Beziehungsebene schaffen,
- + ihn sinnbildlich dort abholen, wo er sich im Moment befindet.