

Worry changes nothing

Alptraum Reklamation - Reklamation als Chance – Ärgern bringt nichts – Die richtige Organisation


Immer wieder als Alptraum bezeichnet, zieht sich die Kundenreklamation durch die Unternehmensgeschichte. Panisches Entsetzen bricht aus, denn alle haben bei Reklamationen gleich die großen Reklamationen im Kopf, die Unternehmen an den Rand einer Insolvenz gebracht haben. Dazu sitzt in jedem Mitarbeiter die Furcht, dass er an der Reklamation schuld sein könnte und nun dafür Rechenschaft ablegen muss. Ärgern ist jedoch die schlechteste Voraussetzung, um eine Reklamation zu bearbeiten.

Reklamation als Chance

Reklamation als Chance zu begreifen, um ein Unternehmen besser zu machen, ist der richtige Ansatz. Eine Unternehmenskultur, die offen mit Kundenreklamationen umgeht aber auch die Offenlegung von internen Qualitätsabweichungen fördert, ist auf einem guten Weg, sich permanent zu verbessern. Dabei muss immer gewährleistet sein, dass der Kunde zufriedengestellt und der Mitarbeiter nicht bestraft wird. Die Suche nach der Ursache einer Reklamation und nicht nach dem Ergebnis muss dabei im Mittelpunkt stehen. Das Ergebnis hat vielleicht ein Mitarbeiter zu verantworten, aber die Ursache liegt oft an vollkommen anderer Stelle.

Ärgern bringt nichts

Das einzig, was Ärgern bewirkt ist ein Verlust an Zeit und Freude. Auch wenn Reklamationen nicht schön sind, ist der offene Umgang damit die beste Medizin. Dazu gehört auch die notwendige Betroffenheit im Kundengespräch, denn, Hand aufs Herz, wer ist nicht betroffen, wenn er mit einem unzufriedenen Kunden zu tun hat? Der Kunde wird es uns jedoch danken, wenn wir statt panischer Hektik mit einem konzentrierten Plan kommen, um ihm schnell zu helfen. Für eine gute Reklamationsbehandlung braucht es zwei Dinge: zum einen muss eine Reklamation immer eine hohe Priorität haben, und dass soll ein Kunde auch deutlich spüren; zum anderen muss die Zufriedenstellung des Kunden und die Reklamationsanalyse voneinander getrennt werden. So kann man sich auf die momentan wichtigen Dinge konzentrieren, sie lösen und schnell wieder zum Tagesgeschäft zurückkehren.



Die richtige Organisation

Kurzfristig wird eine Lösung für den Kunden benötigt. Je enger hierbei der Kontakt zum Kunden ist, desto besser fühlt er sich wahrgenommen. Die Lösung kann Prüfung, Austausch, Gutschrift, Reparatur oder ähnliches beinhalten und sollte den Kunden soweit als möglich zufriedenstellen. Mittelfristig muss die Reklamation intern analysiert und ausgewertet werden. Durch die Analyse lernt das Unternehmen aus der Reklamation und kann so wieder ein kleines Stück besser werden. Durch die Auswertung erkennt man Eintagsfliegen und Häufigkeiten.

Eintagsfliegen kommen vor und werden vernachlässigt, denn der Fehler liegt oft in einer Situation, die nicht wieder vorkommen wird. Häufigkeiten beim Mitarbeiter, Prozess, Kunden oder Lieferant können analysiert werden und führen z.B. zu mehr Ausbildung, veränderten Prozessen oder neuen Qualitätsdefinitionen im Ein- und Verkauf. Wird diese Organisation im Unternehmen gelebt, verliert der Alptraum seinen Schrecken. Mitarbeiter gehen entspannter mit einer Reklamation um, weil sie das System kennen, mit dem Kunden zufrieden gestellt werden und mit dem aus einer Reklamation gelernt wird. So ist allen Parteien geholfen und einer weiteren guten kontinuierlichen Geschäftsbeziehung steht nichts im Wege.

