

THOMAS PELZL

VERKAUFE!

DAS PERFEKTE VERKAUFGESPRÄCH.

Report

Die Reklamation als Chance nutzen

Copyright-Vermerk

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung sowie der Übersetzung, sind ausschließlich dem caralin Verlag vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

caralinverlag 

*Herzlich willkommen
zum Report „Die Reklamation als Chance nutzen“.*

Auf den Seiten 256/257 des Buches **Verkaufe! Das perfekte Verkaufsgespräch** lesen Sie den Hinweis auf diesen ausgelagerten Inhalt. Genau an dieser Stelle beginnt diese Ausarbeitung über ein außergewöhnlich lohnendes Thema im Verkauf.

...

Mit Reklamationen umgehen

Da das Thema Reklamationsbehandlung nicht für alle Verkäufer interessant ist, habe ich mich entschlossen interessierten Lesern ein Zusatzartikel im Downloadbereich der Internetseite zu Buch zur Verfügung zu stellen.

Dabei handelt es sich um das vor Ihnen liegende Dokument.

Reklamationen sind Äusserungen Ihres Kunden über seine Zufriedenheit mit Ihrem Service und / oder Produkt. Die Reklamation ist das Gegenteil von Lob. Sie ist ein Tadel, eine Kritik. Es liegt in der Natur des Menschen Kritik blitzartig mit einem Nachteil zu verknüpfen. Wenn wir allerdings genau hinsehen, erkennen wir, dass viele Kritiken, gerade im Verkauf und im Service, sogar äusserst positiv sind.

Sie können mindestens auf diese zwei Arten auf eine Reklamation reagieren:

1. Sie können sich „beleidigt“ zurückziehen und im schlimmsten Fall Ihren Kunden sogar noch beschimpfen, oder ...
2. Sie nehmen die Reklamation als Chance war und finden heraus wie Sie Ihren Kunden wieder Zufriedenstellen können.

Wenn Sie sich fragen warum eine Reklamation eine Chance sein soll, dann sollten Sie wissen, dass sich **die meisten** Kunden über Ihre Unzufriedenheit **nicht bei Ihnen** äußern. Ich appelliere stets an eine ehrliche Geschäftsbeziehung zu und mit Ihren Kunden.

Dies würde bedeuten, dass Sie alle wichtigen Themen ansprechen UND dass Ihr Gesprächspartner auch alle wichtigen Themen mit Ihnen bespricht. Und eine Reklamation ist in der Tat ein wichtiges Thema.

Die Wahrheit ist: Nicht alle tun es. Leider.

Also ist gerade dann, wenn Sie mit einer Reklamation konfrontiert werden, automatisch die Chance gekommen diesen unzufriedenen Menschen wieder zufriedenzustellen.

Freuen Sie sich über eine Reklamation.

Ein Mangel kann Ihnen über Dritte indirekt zugetragen werden, Sie können ihn ggf. selbst sehen oder erleben, oder Sie erhalten eine schriftliche Mitteilung.

Sobald Sie einen Mangel wahrnehmen – freuen Sie sich!

Jetzt haben Sie die Möglichkeit Ihre Servicebereitschaft zu zeigen. Sie haben die Möglichkeit zu glänzen.

Ich stelle Ihnen nun über meinen 10-Stufen-Plan vor, wie Sie mit einer Reklamation umgehen können. Diese 10 Stufen führen meist zu einer noch besseren Geschäftsbeziehung und zu einer noch besseren eigenen Leistung.

Sind Sie bereit? Dann kann es losgehen!

1. Ruhe bewahren und aufmerksam hinhören

V: *„Mhmm ...“*

oder

V: *„Ja – das verstehe ich!“*

Stellen Sie sich folgende Situation vor. Der Reklamierende nimmt seinen ganzen Mut zusammen und meldet seine Unzufriedenheit bei Ihnen an. Er gehört also nicht zu der Kategorie der Kunden die Ihren Ärger „runterschlucken“, mit voller Wut bei Dritten schimpfen und bei der nächsten Gelegenheit den Anbieter wechseln. Er ist offen und ehrlich zu Ihnen und teilt sich mit.

Die schlimmste Reaktion die Sie nun zeigen könnten, wäre Unverständnis für sein Anliegen zu äußern oder zu zeigen.

Der Hammer sind Sätze wie diese:

V: *„Das glaube ich nicht!“*

oder

V: *„Sie sind der Erste der das behauptet!“*

Schlucken Sie diese Sätze hinunter, oder besser – verbannen Sie diese Gedanken ganz aus Ihren kommunikativen Möglichkeiten.

Zeigen Sie ehrliches Verständnis für seinen Ärger, egal ob er berechtigt oder unberechtigt ist. Das spielt zu diesem Zeitpunkt noch keine Rolle. Wenn Sie Ihrem Kunden sofort beweisen möchten, dass er „unrecht“ hat, kann das nur zu noch mehr Ärger und Widerstand führen.

Deshalb bewahren Sie Ruhe und hören Sie aufmerksam hin!

Lassen Sie Ihrem Gesprächspartner Raum und die Chance „seinem“ Ärger Luft zu machen. Er hat gerade Puls! Wie viel hängt von „seinem“ Ärger ab. Es ist auf jeden Fall etwas mehr als Ruhepuls!

Wenn Sie den Anrufer aussprechen lassen wird er sich automatisch beruhigen. Garantiert.

2. Konkrete Frage die zum Ziel führt

V: *„Was genau ist passiert?“*

oder

V: *„Wie genau?“*

oder

V: *„Womit genau?“*

Nachdem „die erste Luft abgelassen“ ist. Fragen Sie in aller Ruhe und Gelassenheit, jedoch mit einer ehrlichen Anteilnahme, nach konkreten Fakten. Gerade in Stresssituationen - ein höherer Puls ist keine Entspannung – kommt es vor dass Menschen „überreagieren“.

Wenn Sie, ganz in Manier eines guten Verkäufers, ruhig bleiben und eine sachliche, offene Frage stellen, dann werden Sie Ihr Ziel erreichen.

Ihr oberstes Ziel lautet, dass Sie herausfinden was wirklich geschehen ist. Es muss Ihnen gelingen die negativen Emotionen des Anrufers herauszufiltern.

Je genauer Sie Ihre Frage, oder Fragen, formulieren, umso genauer wird Ihnen die Reklamation beschrieben. Hierbei zählen die reinen Fakten. Und – Sie kennen das – hören Sie genau hin!

3. Bedanken und Reklamation aufnehmen

V: *„Herzlichen Dank, dass Sie sich bei mir/uns melden, so geben Sie mir /uns die Chance Ihr Anliegen (zu Ihrer vollen Zufriedenheit) zu regulieren.“*

Sagen Sie, dass Sie froh sind nun aktiv werden zu können. Durch die eigene Aufmerksamkeit, oder durch rechtzeitiges Hinterfragen der Zufriedenheit, hätte die eine oder andere Reklamation sogar vermieden werden können.

Jetzt wo Sie „offiziell“ darüber informiert wurden, dass etwas im Argen liegt, sollten Sie wirklich froh und dankbar sein.

Zwei Anmerkungen zur obigen Formulierung.

- a) „... **so geben Sie mir/uns die Chance ...**“, denn Sie können noch nicht wissen ob Sie das Anliegen tatsächlich erfüllen können, und ...
- b) „... **zu regulieren.**“, denn wie der Fall „geregelt“ wird hängt von einigen Faktoren ab. Zu diesem Zeitpunkt Sie wissen noch nicht, wer die Verantwortung dafür zu tragen hat. Sie, bzw. Ihre Firma oder ggf. sogar der Kunde selbst.

Mit dieser Formulierung verpflichten Sie sich zu nichts und signalisieren zugleich, dass Sie willens sind seine Anfrage zu seiner Zufriedenheit zu regulieren.

Tipp:

Verhalten Sie sich bei einer Reklamation stets großzügig!

Bringen Sie gerade in dieser speziellen Situation spezielle Leistung.
Genau dies führt dazu, dass Sie nach einer erfolgreich gelösten Reklamation einen noch zufriedeneren Kunden hinterlassen. Und der – der wird positiv über Sie berichten und Sie ggf. auch noch aktiv weiterempfehlen.

4. Gemeinsam eine Lösung finden

V: *„Wie stellen Sie sich eine gute Lösung vor?“*

oder

V: *„Was können wir für Sie tun, damit Sie zufrieden sind?“*

Auch Verkäufer haben Stress. Gerade dann wenn ihnen etwas Unangenehmes „vorgehalten“ wird, kann es vorkommen, dass dieser Stress zu Eingeständnissen führt, die unter normalen Bedingungen nicht entstanden wären.

Tipp:

Vermeiden Sie einen Schnellschuss!

Gerade in der Situation der Reklamationsbehandlung gibt es Parallelen zum Verkaufsabschluss. Deshalb werden Sie, je mehr Druck und Forderung auf Sie zukommt, immer ruhiger und ruhiger. Vermeiden Sie zu schnell Zugeständnisse zu machen. Denn negative Emotionen verleiten Sie zu unsachgemäßen Entscheidungen.
Lassen Sie sich Zeit!

Auch aus diesem Grund, ist es eine gute Idee mit dem Gesprächspartner gemeinsam eine Lösung des Ärgernisses zu entwickeln.

Wenn Sie Verkäufer sind, können Sie sich zurücknehmen, die richtigen Fragen stellen und Antworten abwarten.

Lassen Sie Ihren Gesprächspartner Vorschläge machen und diskutieren Sie auf dieser Basis eine für beide Seiten vertretbare Lösung.

5. Weitere Alternativen finden

V: *„Was wäre für Sie sonst noch akzeptabel?“*

oder

V: *„Damit ich intern mehrere Möglichkeiten besprechen kann, - was wäre ausser diesem Vorschlag auch noch akzeptabel für Sie?“*

Es kann Situationen geben, in denen viel zu hohe Forderungen gestellt werden. Auch dafür gibt es eine elegante Lösung. Fragen Sie einfach nach weiteren Alternativen, die sich Ihr Kunde ebenfalls für sich vorstellen kann.

Er wird nicht immer begeistert sein über eine „zweitbeste“ Lösung zu sprechen, doch wenn Sie ihn ruhig und besonnen nach einer möglichen Alternative fragen – und anschliessend schweigen, werden Sie feststellen, dass er selbst über weitere Möglichkeiten nachdenkt. Der positive Effekt ist, dass auch diese Lösungsansätze wieder von Ihrem Gesprächspartner kommen. Er wird ruhiger und ruhiger. Lassen Sie ihm unbedingt Zeit dafür!

Bemerkenswertes

Versuchen Sie unter keinen Umständen einen Vorteil für sich herauszuholen. Wenn Sie seine Maximal-Forderung ohne Schmerzen erfüllen können, dann gehen Sie darauf ein!

Nach weiteren Alternativen fragen Sie also dann, wenn Ihnen die erste Forderung zu hoch erscheint.

6. Lösung wiederholen und bestätigen lassen

V: *„Wenn ich Sie richtig verstanden habe, ist folgende Lösung für Sie in Ordnung ...“*

oder

V: *„Die bedeutet also, dass Sie mit folgendem einverstanden sind ...“*

Sie kennen den Prozess der „Absicherung“ bereits aus der Bedarfsergründung. Diesen finden Sie im Buch ab Seite 147. Dort werden die Aussagen zusammengefasst (ab Seite 160).

Somit vergewissern Sie sich ob Ihr Gesprächspartner tatsächlich zufrieden wird, falls Sie sein Anliegen auf die besprochene Art und Weise lösen können.

UND – achten Sie darauf, er soll unbedingt mit – JA – antworten.

7. Freundlich verabschieden und ein gutes Gefühl hinterlassen

V: *„Ich bedanke mich für Ihren aufrichtigen Anruf. Ich werde mich persönlich dafür einsetzen, dass das was wir jetzt besprochen haben so schnell wie möglich umgesetzt wird.“*

Sie waren freundlich. Bleiben Sie freundlich. Denken Sie daran – Ihr Gesprächspartner soll sich nach Ihrem Gespräch besser fühlen als zuvor! Er soll spüren und hören, dass Sie es von Herzen gut und ehrlich mit Ihm und seinem Anliegen meinen.

Wenn Sie in Zukunft so vorgehen wie in den ersten 7 Schritten beschrieben, dann werden Sie in Zukunft die „Chancen einer Reklamation“ nutzen!

Bemerkenswertes

Ab diesem Punkt tauchen Sie in einen inneren Prozess ein! Jetzt geht es darum die Vereinbarung auch tatsächlich umzusetzen und für die Zukunft etwas zu lernen.

8. Lösungsvorschlag einhalten

Fragen Sie sich: „Was kann ich unternehmen, dass die Vereinbarung sicher eingehalten wird?“

Wenn Sie, wie unter Punkt 7 beschrieben, angekündigt haben, dass Sie sich persönlich dafür einsetzen, dass das Besprochene so schnell wie möglich umgesetzt wird, dann sorgen Sie auch dafür, dass es tatsächlich so ist!

In einigen Fällen werden Sie Dritte Personen in benötigen die Sie bei der Erledigung des Anliegens unterstützen, oder diese Aufgabe komplett für Sie übernehmen. Dabei entsteht die Gefahr, dass Sie selbst den Überblick darüber verlieren wann und wie der Fall gelöst wird.

Deshalb bleiben Sie dran und überprüfen Sie, was ohne Ihre Mitarbeit geleistet wird. Steuern oder überprüfen Sie den Prozess bis zum vollständigen Abschluss.

Sie sind in erster Linie verantwortlich, denn Sie haben die Aussage, dass es so schnell wie möglich umgesetzt wird, vor Ihrem Kunden getroffen.

9. Erledigungskontrolle

Fragen Sie sich: „Haben wir den Mangel zur vollen Zufriedenheit beseitigt?“

Holen Sie sich nochmals „internes“ Feedback von den Kollegen, falls Sie zur Lösung des Anliegens welche benötigt haben UND holen Sie sich vor allem ein Feedback von Ihrem Kunden.

10. Interner Lerneffekt

Fragen Sie sich: „Was genau können wir tun, dass ein gleicher oder ähnlicher Fall nicht wieder auftritt?“

Jede Reklamation, ob berechtigt oder unberechtigt, ist ein Anlass die internen Prozesse zu überprüfen. Nutzen Sie so die Chance Ihre eigene Leistungsfähigkeit zu verbessern, indem Prozesse optimiert und Fehlerquellen eingeschränkt oder sogar abgestellt werden können.

Das Buch: Verkaufe! Das perfekte Verkaufsgespräch.

Im Prinzip konnten Sie diesen Report nur dann „downloaden“ und lesen, wenn Sie das Buch erworben oder durch einen anderen Grund vor sich liegen haben.

Da ich weiß, dass es immer wieder Möglichkeiten gibt, durch die ungeplantes entstehen kann, ist es möglich, dass Sie diese Zeilen auch ohne das Buch lesen konnten.

Sollten Sie bereits an diesem kleinen Auszug aus den Inhalten zum Buch Freude haben und profitieren, dann empfehle ich Ihnen das Buch mit über 330 Seiten geballtem Verkaufswissen, im Handel zu erwerben.

Die Investition von 24,90 Euro ist eher ein symbolischer Beitrag, als der gerechte Gegenwert zu diesem Wissen und dient lediglich dem Copyright, denn schon aus diesem Report holen Sie ein Vielfaches dieses Betrages heraus.

Entweder Sie bestellen es direkt beim caralin Verlag (www.caralin-verlag.com), bei Amazon (www.amazon.de) oder in Ihrer Buchhandlung.

ISBN 978-3-944471-80-8

Ich wünsche Ihnen: **Das perfekte Verkaufsgespräch.**
und eine Menge guter Referenzen.

Ihr

