

Der medi Reklamationsleitfaden: Die Reklamation als Chance

Für einen zielführenden Umgang mit Beschwerden, Beanstandungen und Reklamationen, aber auch mit schwierigen Kunden, hilft ein festgelegtes Beschwerdemanagement. An einem fixierten Leitfaden können Mitarbeiter ihr Verhalten orientieren, zum Beispiel im Falle einer Reklamation.

Vorraussetzung ist, eine Beschwerde grundsätzlich als Positivum zu betrachten. Wer sich beschwert, gibt einem Unternehmen eine zweite Chance, indem er es prüft. Wird ein kritischer Kunde erneut enttäuscht, kann das negative Folgen nach sich ziehen: Der Kunde ist als solcher verloren, er wird zum verärgerten Informations-Multiplikator. Gerade Ereignisse, die Enttäuschung auslösen, haben die Eigenschaft sich in Windeseile zu verbreiten. Verhalten sich Verkäufer im Beschwerdefall jedoch geschickt, meistern sie heikle Situationen und schaffen zufriedene Kunden.

Chance hoch 3

Sanitätshäuser, die Reklamationen positiv bearbeiten, können diese als dreifache Chance nutzen:

1. Um Kundenzufriedenheit zu erhalten und zu verbessern,
2. um Schwachstellen im Unternehmen aufzudecken und zu optimieren und
3. um dadurch Service, Image und Umsätze zu steigern.

Gutes Beschwerdemanagement bedeutet natürlich nicht, in Zukunft keine Reklamationen mehr zu haben. Jedoch kann kompetentes Fachpersonal sich an einem festgelegten Leitfaden orientieren und damit Kundenzufriedenheit und -Bindung verbessern – das hebt das Unternehmen im Service vom Wettbewerb ab und kann Image und Umsätze steigern. Wenn dann eine festgelegte Reklamationsabwicklung noch zur Verbesserung interner Abläufe und höherer Qualität beitragen kann, hat sich die Investition eines Beschwerdemanagements gelohnt.

medi hat als Orientierungshilfe einen Leitfaden für den Umgang mit Beschwerden, Reklamationen und schwierigen Kunden zusammengestellt. Ziel des Leitfadens ist es, Sanitätshausmitarbeiter mit praxisnahen Tipps in kritischen Situationen zu unterstützen.

1. Beste Qualität anbieten

Schon bei der Auswahl der Produkte können Sanitätshäuser Reklamationen vorbeugen. Kompressionsstrümpfe von medi gewährleisten höchste Qualität und niedrige Reklamationsquoten. Dabei halten stetige Produktverbesserungen, die in enger Zusammenarbeit mit der Sanitätshausbranche entstehen, den Qualitätsstandard dauerhaft hoch.

Sollte doch einmal etwas kaputt gehen, werden Reklamationen bei medi schnell und kulant behandelt. Das Sanitätshaus kann diese Kulanz an seine Kunden weitergeben und mit hochwertigen Ausbesserungen oder schnellem Ersatz punkten.

Auch der neue Leitfaden ist Teil des medi Reklamations-Services und soll Fachberater im Sanitätshaus im Umgang mit Reklamationen unterstützen.

2. Aufmerksam zuhören und Verständnis zeigen

Der Kunde muss sich von Anfang an ernst genommen fühlen, deshalb sollte dem Vorgang höchste Wichtigkeit beigemessen werden. Reklamationsfälle sollten nie abgewimmelt oder unnötig weitergereicht werden. Floskeln wie „Das passiert aber zu ersten Mal!“ sind zu vermeiden. Praktische Tipps für das aufmerksame Zuhören sind bestätigende Gesten wie Zunicken, akustische Zustimmung, das Wiederholen von Aussagen des Kunden sowie kurze Zusammenfassungen. Wer einem Kunden aufmerksam zuhört, vermittelt ihm, wichtig für das Unternehmen zu sein.

3. Aktiv Fragen stellen

Welchen Bedarf und Bedürfnisse hat der Kunden mit der Reklamation? Geschickte Sanitätshausberater finden das mit gezielten Fragen heraus. Sachliche Nachfragen können außerdem aggressive Kunden von einer emotionalen Ebene auf die Sachebene zurückführen. Offenes und gezieltes Nachfragen gibt dem Kunden das Gefühl, mit seinem Anliegen ernst genommen zu werden. Die Ermittlung dieser Basisdaten ist wichtig für eine kundenorientierte Lösung.

4. Sich entschuldigen

Gerade bei sehr aufgebrachtten Kunden fällt es Beratern schwer, nicht selbst emotional zu reagieren. Eine Entschuldigung, auch wenn man selbst nichts dafür kann, nimmt ärgerlichen Kunden den Wind aus den Segeln. Unangebracht sind Schuldzuweisungen an Dritte wie „Das hat xy verbockt.“ – für den Kunden ist nicht relevant, wer die Situation verursacht hat, sondern wie die Lösung aussieht.

Auf keinen Fall sollten Vorwürfe zu falscher Handhabung gemacht werden, selbst wenn tatsächlich ein Eigenverschulden vorliegt. Auch wenn es schwer fällt: Verkäufer sollten unbedingt den Fehler im Sanitätshaus suchen (zum Beispiel nicht geleistete Hinweise zum Anziehen eines Kompressionsstrumpfes) sowie die Information nachholen oder erneut vermitteln.

5. Gemeinsam Lösungen finden

Wer den Vorgang der Reklamation genau kennt und die Bedürfnisse des sich beschwerenden Kunden ermittelt hat, bietet dem Kunden nun eine Lösung an, die ihn zufrieden stellt, z. B. Nachbesserung, Ersatz oder zusätzliches Infomaterial. Darüber hinaus ist auch ein positives Abschlusserlebnis wichtig: Ein genauer Termin wird vereinbart und eingehalten, die Qualität überzeugt, die Informationen helfen weiter. Positiv stimmt den Kunden auch ein zusätzlicher Bonus wie beispielsweise ein kleines Geschenk oder ein netter „Nachsorge“-Anruf.

6. Informationen nutzen zur Qualitätsverbesserung

Aktives Beschwerdemanagement umfasst darüber hinaus eine systematische Aufzeichnung von Reklamationen sowie die Information aller betroffenen Kollegen. Nur wenn angezeigten Schwachstellen nachgegangen wird, verbessert sich die Qualität der Leistungen im Sanitätshaus.

Darüber hinaus kann das Beratungs-Management-Programm medi WIN eine wichtige Unterstützung für Qualität im Sanitätshaus sein: der Ist-Zustand des Unternehmens wird analysiert, Potenziale aufgespürt und daraus Zukunftsprojekte und Geschäftsprozesse entwickelt, die Gewinn bringend umgesetzt werden können.

7. Weiterbildungen

Die Firma medi bietet zahlreiche Praxisseminare mit professionellen Trainern an, die direkt mit den Mitarbeitern individuelle Lösungen für Standard- und Problemsituationen im Sanitätshausalltag finden. In praktischen Bei-

spielen wird vermittelt, wohin der Chef mit dem Sanitätshaus-Team gehen möchte, so dass alle an einem Strang ziehen können. Die Mitarbeiter lernen, ihre persönlichen Potenziale zu entdecken und optimal einzusetzen – das schafft Sicherheit in nutzenorientierter Kunden- und Patientenkommunikation.

Fachseminare zu den Themen Kompressionstherapie, Lymphologie oder Workshops zum mediven Compliance Berater frisken die Fachkenntnisse der Verkäufer auf und runden das Fortbildungsangebot von medi ab.

Viele weitere Informationen, zum Beispiel zu den Spezialseminaren Praxis oder Fach- sowie Inhouseseminaren sind finden sich im aktuellen medi Seminarkalender oder sind erhältlich bei den medi Handelsvertretungen oder in der medi Seminarorganisation, Frau Yvonne Meier, Telefon 0921 912-519 und y.meier@medi.de.