

# So frustrieren Sie Ihre Kunden

Telecom Handel schickt eine Kundin mit einem defekten Handy zur Reklamation in den Mobilfunkshop – Beim ersten Versuch verlässt die Kundin frustriert den Laden – Erst beim zweiten Anlauf wird ihr professionell geholfen – Eine Verkaufstrainerin analysiert die Gespräche

Reklamationen sind für viele Verkäufer einfach lästig: Sie machen Arbeit und bringen keine Umsätze. Gute Verkäufer sehen Reklamationen aber auch als Chance, Kunden an sich zu binden. Doch worauf kommt es dabei an? **Telecom Handel** machte einen Test mit einer typischen Kundin, Barbara Bauer, einer dreißigjährigen Münchnerin, die sich gerade erst ein Smartphone gekauft hatte. Bei dem Handy war die Sprachqualität äußerst schlecht, sie ging deshalb zurück in den Mobilfunkshop, um den Mangel zu reklamieren. Verkaufstrainerin Tanja Hartwig, Inhaberin des Beratungsunternehmens Effektive Kundenberatung in Köln, analysiert die Reaktion der Verkäufer und gibt nützliche Tipps für die Arbeit am PoS. Und hier die Geschichte:

Es ist ein strahlender Freitagmorgen, und die sechs Verkäufer in dem kaum besuchten Shop schauen trotz oder gerade wegen des wunderbaren Frühlingswetters kaum auf, als Bauer den Laden betritt.

**👎** *Schon hier passiert der erste Fehler: Es ist wichtig, auch wenn wenig los ist, motiviert und engagiert für die Kunden da zu sein.*

Barbara Bauer geht auf einen der Verkäufer zu. Der junge Mann, etwa Mitte zwanzig, sitzt auf einem Hocker hinter dem Verkaufstresen.

**👎** *Schon wieder falsch: Ein guter Verkäufer geht auf die Kundin zu und sitzt nicht hinter dem Tresen.*

qualität ihres neuen Handys äußerst schlecht sei, woran das liegen könne. Dabei holt sie das Smartphone aus der Tasche und zeigt es dem Verkäufer. Dieser nimmt es ihr aus der Hand und murmelt, sie müsse das Handy auf GSM umstellen, „erfahrungsgemäß ist die Sprachqualität dann besser“. Und schon beginnt er, die Einstellungen des Handys zu ändern.

**👎** *Grundsätzlich gilt: Einer Kundin das Handy einfach aus der Hand zu nehmen gehört sich nicht, der Verkäufer muss um Erlaubnis fragen. Wichtig ist zudem, ihr zu erklären, was genau er vorhat.*

Mittlerweile etwas genervt protestiert Bauer, sie wolle erstens sehen, was er an den Einstellungen ändere, und zweitens: „Es ist ja wohl unsinnig, wenn ich ein Smartphone auf GSM umstelle und ich dann jedes Mal, wenn ich Mails abrufen möchte, diese Einstellung wieder ändern muss.“ Der Verkäufer zuckt mit den Schultern und meint, die schlechte Verbindung liege am Netz.

**👎** *Eine einfache und lapidare Erklärung, um die Kundin abzuspeisen. Hier kann man vermuten, dass der Verkäufer die Kundin nicht ernst nimmt. Manchmal ist ein solches Verhalten typisch Frauen gegenüber. Zudem scheint der Verkäufer nicht hinter seinem eigenen Produkt zu stehen.*

Da horcht Barbara Bauer auf: Schließlich ist sie in einem Netzbetreibershop – wie kann der Verkäu-



**Erschöpft:** Wer guten Service sucht, muss manchmal weite Strecken zurücklegen

**👎** *Der Verkäufer riskiert, dass die Situation eskaliert, indem er die Kundin nicht ernst nimmt.*

„Aber das ist doch Ihr Netz, das dann so schlecht ist“, wirft Bauer ein – die Münchnerin ist fassungslos, wie ein Mitarbeiter seinen Arbeitgeber vor Kunden so schlecht machen kann. Der Verkäufer ist das Gespräch offensichtlich endgültig leid und wechselt einen genervten Blick mit seinem Kollegen.

**👎** *Der genervte Blick, den die Kundin bemerkt, darf nicht sein. Die Kundin hat ein berechtigtes Anliegen, das es zu klären gilt.*

Schließlich bietet der Verkäufer Bauer an, das Gerät zur Reparatur einzusenden, mit dem Hinweis: „Wie lange das dauert, das kann ich Ihnen nicht sagen.“

**👎** *Verbindliche Aussagen gehören zum Kundenservice – der Verkäufer sollte wissen, wie lange eine Reparatur dauern kann.*

Frustriert und nun endgültig genervt verlässt Bauer schließlich den Laden, „Servicewüste Deutschland“ vor sich hin murmelnd. Aufgeben will sie allerdings nicht. Also geht sie zu einem weiteren Shop, der ebenfalls zum Netzbetreiber gehört und nur einige Hundert Meter entfernt liegt. Auch hier am Empfang wieder

mehrere Mitarbeiter, diesmal zwei Frauen in adretten Kostümen.

**👍** *Ein gepflegtes Auftreten der Mitarbeiter ist sehr wichtig, um Vertrauen herzustellen.*

Die beiden Empfangsdamen unterhalten sich darüber, was sie bei diesem wunderbaren Wetter täten, wenn sie nicht arbeiten müssten. Als Bauer auf sie zukommt, unterbrechen sie sofort ihr Gespräch.

**👍** *Nicht der Kunde sollte ein Gespräch unterbrechen, sondern die Mitarbeiter gehen auf den Kunden zu.*

Barbara Bauer erklärt: „Ich habe Probleme mit der Sprachqualität meines neuen Handys“. Darauf weisen die beiden Frauen sie auf den Servicebereich, der sich im Untergeschoss des Shops befindet.

**👎** *Gerade wenn wenig los ist, sollte eine der Damen die Kundin persönlich in das Untergeschoss begleiten.*

Im Untergeschoss angekommen, empfängt Bauer ein sympathischer Mitarbeiter in den Vierzigern, er hört ihr aufmerksam zu und meint dann: „Ich vermute, das Handy braucht ein Software-Update.“ Er fragt Bauer, ob er das Gerät einmal testen dürfe, und sagt schon nach wenigen Sekunden: „Sie haben recht, die Sprachqualität ist sehr,

sehr schlecht, das merkt man schon am Verbindungsaufbau.“

**👍** *Der Verkäufer ist aufmerksam und fragt nach, ob er das Handy testen darf, er holt sich das Einverständnis ein. Er erläutert gut den Sachverhalt und bestärkt die Kundin.*

Auf die Frage, wie es nun weitergehe, erklärt er ihr: „Wir müssen das Handy einschicken, damit wir es noch einmal ausführlich testen können, das Update aufspielen und dann nochmals testen.“

**👍** *Die Kundin weiß genau, welches die nächsten Schritte sind.*

Bauer entgegnet: „Aber das ist doch ein vollkommen neues Gerät, wie kann das sein?“ Gerade deshalb, erklärt der Verkäufer. „Die Hersteller haben immer weniger Zeit für die Entwicklung neuer Geräte, so kommt es schon einmal vor, dass ein Modell nicht ganz ausgereift auf den Markt kommt.“ Und weiter: „Oftmals werden damit die Kunden unfreiwillig zu Testpersonen“, berichtet er schmunzelnd.

**👎** *Diese Erklärung ist nicht vertrauensfördernd für Kunden.*

Zehn Minuten später ist Barbara Bauer wieder in der Münchner Innenstadt unterwegs, mit einem kostenlosen Leihgerät und dem Versprechen, spätestens am Dienstag werde sie per SMS informiert, dass sie ihr Handy wieder abholen könne. Schon am nächsten Tag bekommt sie diese SMS; als sie das Gerät abholt, begrüßt sie der Verkäufer mit ihrem Namen und zeigt ihr noch einmal genau, was gemacht wurde. „Falls es noch einmal Probleme gibt, kommen Sie bitte wieder.“

**👍** *Der Verkäufer zeigt, dass er die Kundin ernst nimmt und sich an sie erinnert.*

Zufrieden lächelnd verlässt Barbara Bauer den Laden: „Es gibt doch gute Mitarbeiter im Kundenservice, man muss nur Glück haben.“

Waltraud Ritzer



## TANJA HARTWIG

**Die Trainerin, Beraterin und Buchautorin** Tanja Hartwig genannt Habsmeier gründete 2002 das Beratungsunternehmen Effektive Kundenbetreuung in Köln. Die ausgebildete Diplom-Sozialpädagogin wechselte 1998 in den Dienstleistungssektor und war unter anderem bei QSC für den Aufbau eines Inhouse Customer Care Centers verantwortlich.

Die Münchnerin erklärt dem Verkäufer: „Die Sprachqualität meines Handys ist sehr schlecht, immer und überall“, darauf schaut dieser sie einige Sekunden an und sagt erst einmal – nichts.

**👎** *Der Verkäufer muss reagieren, er sollte der Kundin aktiv zuhören und ihr signalisieren, dass er für sie da ist.*

„Er hat mich wohl nicht verstanden“, denkt sich Bauer und wiederholt noch einmal, dass die Sprach-

fer da behaupten, die Probleme ihres Handys lägen am Netz. So fragt sie noch einmal nach, ob er die Netzqualität hier in der Innenstadt meine – mit dem erneuten Hinweis, dass sie nirgendwo mit ihrem Handy vernünftig telefonieren könne. Und mittlerweile bedauert Bauer schon ein wenig, den Laden überhaupt betreten zu haben. „Doch doch, das kann schon sein“, erwidert der Verkäufer, nun ebenfalls schon ein wenig patzig.

## KLARTEXT

**Professioneller Service** bei Reklamationen ist ein wichtiger Grundstein für den Unternehmenserfolg, denn nur zufriedene Kunden kommen bei der nächsten Vertragsverlängerung wieder. Für viele Verkäufer sind Kundenbeschwerden indes in erster Linie eine Last. Doch diese Verkäufer denken nicht an morgen, denn vor allem der Service ist es, der den Kunden weiter in den stationären Handel führt und verhindert, dass er ins Internet abwandert. *wr*