

Für zufriedene Kunden

Service-Wüste Deutschland. Immer wieder ist das zu hören und zu lesen. Klar, jeder Mitarbeiter hat einmal einen schlechten Tag oder findet sich plötzlich in einer Situation wieder, in der er nicht weiß, wie er reagieren soll. Für solche Fälle legt man am besten sogenannte Service-Standards fest. Sie geben nicht nur den Mitarbeitern Sicherheit für knifflige Situationen, sondern garantieren auch dem Kunden einen gleichbleibend guten Service.

Nicht immer ist ungeschicktes Verhalten vorsätzlich, denn keiner macht gern Fehler. Oft mangelt es nur am Wissen, wie eine Situation gut bewältigt werden kann. Service-Standards sind für Verkäufer eine wichtige Unterstützung. Außerdem treten so alle Mitarbeiter den Kunden in gleicher Weise gegenüber. Das heißt jedoch nicht, dass man sich schemenhaft verhalten soll. Das spürt der Kunde, und auch die Mitarbeiter fühlen sich dann nicht mehr wohl. Oftmals sind es einfach die Feinheiten, die begeistern oder verärgern. Das Unternehmen Tempus hat deshalb hilfreiche Service-Standards für den Umgang mit Kunden zusammengestellt, die auch im Einzelhandel Gültigkeit haben.

Telefon

- Das Telefon sollte nicht öfter als zwei Mal klingeln.
- Bei kurzfristigem Verlassen des Arbeitsplatzes das Telefon umleiten oder das tragbare Telefon mitnehmen.
- Bei langfristigem Verlassen des Arbeitsplatzes das Telefon umleiten oder die Mailbox besprechen (wann man wieder zurück ist und wer in Notfällen kontaktiert werden kann).
- Telefonnotizen machen und dem Anrufer einen verbindlichen Zeitraum für den Rückruf versprechen.
- Freundlichkeit: Dem Kunden das Gefühl geben, dass er der Mittelpunkt der Arbeit ist und keine lästige Störung oder Unterbrechung.

Reklamationen

- Kulant sein. Im Zweifel für den Kunden entscheiden.
- Schnell sein. Den Eingang der Reklamation bestätigen und sich entschuldigen.
- Den Kunden informieren, wann die Reklamation abgearbeitet wird.
- Bei größeren Fällen kleine Aufmerksamkeitsschicken.

Anfragen

- Angebote leicht verständlich und emotional formulieren.
- Anfragen sollten so schnell wie möglich bearbeitet werden. Ziel: Innerhalb von 24 Stunden. Geht das nicht, ist ein Zwischenbescheid nötig.
- Bei komplexen Anfragen dem Kunden beim Erhalt der Anfrage eine Mail schicken (Anfrage erhalten, vielen Dank, wir kümmern uns darum).
- Die Anfragen zentral speichern, damit jeder Mitarbeiter Zugriff darauf hat.
- Nachhaken, bis finale Entscheidung getroffen ist.

Zuverlässigkeit

Die Einhaltung von Terminen und Zusagen – das ist ein absolutes Muss! Kann ein Termin nicht eingehalten werden, muss der Kunde möglichst früh und feingütig darüber informiert werden.

Bild: Gina Sanders / Fotolia



Bild: mapoli-photo / Fotolia

Wenn ein Kunde das Geschäft zufrieden und mit einem Strahlen im Gesicht verlässt, dann funktioniert die Kundenbindung.

Kundenbeziehungen

Die gute Beziehung zum Kunden ist ein wichtiger Schlüssel. Deshalb bei persönlichen Kontakten zu Kunden folgende Gedanken im Hinterkopf behalten:

- Wie kann ich den Kunden an uns binden?
- Wie kann ich seine Arbeit erleichtern?
- Kann ich dem Kunden eine Freude machen (Informationen, Geburtstagsbrief, ...)?
- Kann uns der Kunde weiterempfehlen?
- Kennt der Kunde weitere potenzielle Kunden?

Kundenkiller – oder nicht

- „Weiß nicht, da bin ich überfragt!“
Besser: „Ich werde mich sofort informieren.“
- „Nein, geht nicht!“
Besser: „Ich kann jetzt das ... für Sie tun.“
- „Dafür bin ich nicht zuständig!“ Besser: „Es wird Ihnen sofort Herr/Frau X weiterhelfen.“
- „Das ist nicht meine Schuld.“ Besser: „Ich überlege, was wir für Sie tun können.“
- „Da müssen Sie sich an meinen Chef wenden!“
Besser: „Ich werde Ihnen gerne weiterhelfen.“
- „Warten Sie, ich bin gerade beschäftigt.“
Besser: „Ich bin gleich bei Ihnen ...“
- „Rufen Sie später noch mal an!“
Besser: „Wann kann ich Sie zurückrufen?“
- „Das kann ich besser beurteilen.“ Besser: „Ich tue mein Bestes, um sofort alles zu klären.“
- „Stimmt – ein unmöglicher Laden hier.“ Besser: „Ich kann Ihre Enttäuschung gut verstehen.“

Die Tempus GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen mit den Geschäftsfeldern Zeitplansysteme, Tempus-Akademie mit Seminarangeboten und Tempus-Consulting für den Bereich Unternehmensberatung. www.tempus.de ✕