

Dienstleister

Richtiger Umgang mit Kundenbeschwerden



© by-studio - Fotolia.com

Von Klaus Kissel, ifsm - Institut für Salesmanagement

23.08.2013 – Anbieter immaterieller Dienstleistungen sind nah am Kunden. Entsprechend professionell müssen sie mit Beschwerden umgehen.

Alltag in einem Dienstleistungsunternehmen: Ein Kunde ruft an und beklagt die hohe Rechnung fürs Erstellen des Lohnsteuerjahresausgleichs. Beim anderen Mal fragt er, warum den Gehaltsabrechnungen nicht wie gewohnt die ausgefüllten Überweisungsträger beiliegen. Dienstleister werden häufig mit unzufriedenen Kunden konfrontiert. Die äußern ihre Unzufriedenheit nicht unbedingt immer offen, sondern oft versteckt hinter einer Frage. Dabei kann sich die Unzufriedenheit zum Beispiel auf die Art und Weise beziehen, wie der Dienstleister seine Leistung erbringt. Oder darauf, wie der externe Unterstützer seine Kunden betreut und mit ihnen kommuniziert.

Konflikte zwischen Dienstleister und Kunde

Doch wie entsteht diese Unzufriedenheit? Jeder Kunde hat an eine Dienstleistung verschiedene bewusste und unbewusste Erwartungen. Bei der Leistungserbringung gleicht er diese Erwartungen mit der tatsächlich erbrachten Leistung ab. Werden seine Erwartungen nun nicht oder nur teilweise erfüllt, ist er unzufrieden. Interessant ist: Vielen Mitarbeitern von Dienstleistern fällt der Umgang mit den Beschwerden relativ leicht, die sich auf offensichtliche Fehler oder Versäumnisse beziehen. Beispiele sind eine falsche Honorarabrechnung, unvollständige oder eine zu späte Zusendung wichtiger Unterlagen.

Anders verhält es sich aber mit den Beschwerden, die sich auf die Art und Weise der Leistungserbringung eines Dienstleisters beziehen. Beispiel: Der Kunde wünscht eine intensivere und persönlichere Beratung und Betreuung. In einem solchen Fall prallen im Dienstleisteralltag nicht selten zwei unterschiedliche Gefühlswelten aufeinander, vor allem dann, wenn der Mitarbeiter des Dienstleisters gerade mit einer anderen Aufgabe beschäftigt ist. Hier passiert es immer wieder, dass der unzufriedene Kunde als Nörgler empfunden wird, was sich zwar nicht unbedingt in den direkten Aussagen des Mitarbeiters widerspiegelt, jedoch in seiner Stimme.

Das registriert der Kunde und reagiert entsprechend, denn seine Befürchtung im Vorfeld, mit seinen Fragen möglicherweise als Störenfried abgestempelt zu werden, bestätigt sich. Er registriert, dass der Dienstleister seine Bedürfnisse nicht ernst nimmt und ihn behandelt wie einen Bittsteller. Obwohl er für dessen Leistung bezahlt! In der Folge nimmt der Beschwerdeführer eine innere Kampfhaltung ein. Hat er entsprechende Erfahrungen mit dem Dienstleister zudem schon häufiger gemacht, zieht er möglicherweise auch einen Anbieterwechsel in Betracht.

Dienstleister sind „Dienst-Leister“

Um solche Situationen zu vermeiden, müssen Dienstleister ihre Einstellung gegenüber Beschwerden ändern. Doch genau das gelingt vielen nicht, weil sie folgende Dinge nicht ausreichend verinnerlicht haben:

- Wir sind im wahrsten Sinne des Wortes Dienstleister.
- Unsere Aufgabe ist es, den Kunden das Leben angenehmer, einfacher und bequemer zu machen.

Ein Dienstleister, dem diese Grundeinstellung fehlt, der den Sorgen, Wünschen und Bedürfnissen der Kunden weitgehend gleichgültig gegenübersteht, wird in deren Augen nie ein guter Dienstleister sein. Er kann ihnen auch nicht das Gefühl vermitteln, sie könnten sich mit ihren Bedürfnissen ihm anvertrauen. Unzufriedenheit ist so vorprogrammiert. Gerade für Anbieter immaterieller Dienstleistungen ist es jedoch wichtig, Kunden dieses Gefühl vermitteln zu können. Denn wie gut oder schlecht ein Dienstleister fachlich ist, können Kunden vielfach nicht einschätzen – selbst, wenn sie schon jahrelang dessen Kunden sind. Um dies beurteilen zu können, müssten sie mehrere Dienstleister parallel beauftragen und deren Arbeitsergebnisse vergleichen. Worüber sich die Kunden aber sehr wohl ein qualifiziertes Urteil bilden können, ist:

- Wie zuverlässig hält mein Berater Zusagen ein?
- Wie viel Zeit nimmt er sich für meine Beratung?
- Wie professionell wirken die Unterlagen, die er mir sendet?
- Wie reagiert er auf meine Wünsche und Beschwerden?

Verzicht auf Beschwerden ist für Dienstleister problematisch

Anhand dieser Faktoren bilden sie sich ihr Urteil. Entsprechend professionell müssen Dienstleister ihren Umgang mit Beschwerden gestalten. Dies kann folgendermaßen geschehen:

- Gute Erreichbarkeit
- Schenken von Aufmerksamkeit
- Verständnis für die Situation
- Freundliche und höfliche Behandlung
- Fachlich kompetente und verständliche Beratung (kein Fachchinesisch)
- Schnelle Lösung des Problems
- Entgegenbringen von Wertschätzung
- Umfassende persönliche Betreuung bis zur endgültigen Problemlösung
- Konsequentes Einhalten aller Versprechen und Zusagen

Diesbezüglich besteht bei vielen Dienstleistern noch erheblicher Entwicklungsbedarf, was auch Forschungsergebnisse immer wieder belegen. Sie zeigen zum Beispiel: Nur ein geringer Anteil unzufriedener Kunden artikuliert seine Unzufriedenheit gegenüber dem Anbieter. Die Mehrheit schweigt. Dieser Beschwerdeverzicht ist für Dienstleister problematisch. Aus folgenden Gründen:

- Sie erhalten keine Hinweise und kritischen Informationen bezüglich enttäuschter Kundenerwartungen.
- Sie können begangene Fehler nicht entdecken und die Ursachen beseitigen.
- Es wird ihnen die Chance genommen, unzufriedene Kunden wieder in zufriedene zu wandeln und wechselwillige zu halten.

Entsprechend dankbar sollten Dienstleister sein, wenn ein Kunde mehr oder minder offen seinen Unmut äußert. Denn damit eröffnet er ihnen die Chance, seine Unzufriedenheit aufzulösen beziehungsweise Zufriedenheit wiederherzustellen. Und er signalisiert damit, mit dem Dienstleister weiter zusammenarbeiten zu wollen. Damit auf die Unzufriedenheit kein Abbruch der Geschäftsbeziehung folgt, muss der Dienstleister beziehungsweise müssen dessen Mitarbeiter aus Sicht des Kunden adäquat auf dessen Beschwerde reagieren. Relativ zufrieden sind die Kunden in der Regel noch damit, wie die Dienstleister ihre Beschwerden fachlich abwickeln. Unzufrieden sind sie jedoch häufig mit dem menschlichen Aspekt, also der Reaktion auf die Beschwerde.

Dienstleister müssen ihren Mitarbeitern also stärker vermitteln, was es heißt, „Dienst-Leister“ zu sein und woran es Kunden festmachen, ob ein Dienstleister schlecht, mittelmäßig oder gut, und damit empfehlenswert ist – nicht nur im Umgang mit Beschwerden.

Über den Autor

Klaus Kissel



Klaus Kissel ist einer der beiden Geschäftsführer des Institut für Salesmanagement (ifsm), das unter anderem Salescoachs ausbildet.

Klaus Kissel
ifsm - Institut für Salesmanagement
Anschrift Klostergut Besselich
56182 Urbar
Tel. +49 (0)261-9623641
E-Mail Klaus.Kissel@ifsm-online.com
Web www.ifsm-online.de

© 2013 www.business-wissen.de