

Die Beschwerde – Ärgernis oder Chance?

Jedes Unternehmen lebt von seinen Kunden. Besser gesagt, es lebt von der Zufriedenheit seiner Kunden. Doch wie stellen wir diese Zufriedenheit fest, wie machen wir sie messbar? Unser Autor Thilo Wolf gibt eine hilfreiche Anleitung.

Ein probates Mittel im Umgang mit Kundenkritik ist ein funktionierendes Beschwerdemanagement. Ich weiß nicht wie es Ihnen geht, liebe Leserin, lieber Leser, doch ich finde, wenn man Beschwerde hört, bekommt man gleich so ein flaes Gefühl in der Magengegend. Das hat damit zu tun, dass dieser Begriff negativ für uns besetzt ist, der Fachbegriff dazu lautet Pejoration. Sie kennen bestimmt noch andere Pejorationen, wie beispielsweise das Weib für die Frau oder Pfaffe (mittelhochdeutsch) für Pfarrer

halten verärgert. Was glauben Sie, liebe Leserschaft, wie viele Kunden beschwerten sich tatsächlich, wenn sie wegen irgendetwas verärgert sind? Sind es 30% und mehr oder sogar 50% und mehr? Weit gefehlt! Es sind lediglich 5% bis, so die Einschätzung von Experten, maximal 20% von aktiven Kunden, die sich beschwerten. Das heißt für uns, dass 80% bis 95% aller unzufriedenen Kunden uns nicht die Möglichkeit geben, uns zu verbessern. Sie wandern ab und versuchen es beim nächsten An-

5. Der freundliche und herzliche Kundenumgang steht im Vordergrund
6. Kleine Herausforderungen sind schnell und unbürokratisch zu erledigen
7. Große Herausforderungen sind und bleiben „Chefsache“
8. Bleiben Sie fair gegenüber Ihren Kunden (z.B. ehrlich, anständig und gerecht!)

Auf diesen Grundsätzen basieren folgende Bausteine. Sie werden als direkter Beschwerdemanagement-Prozess bezeichnet.

Phase 1: Der Beschluss

- Entscheiden über die Führung der Verwaltung
- Festlegen des Umfangs der Bearbeitungsmaßnahmen
- Bestimmen der Ziele

Phase 2: Projektorganisation

- Evtl. Bildung einer Projektgruppe
- Planen eines Konzeptrahmens
- Bestimmen der operativen Umsetzung

Phase 3: Konzeption

- Analyse des IST-Zustandes

richtet. Eine Lösung bietet hier das Einführen einer offen gestalteten Fehlerkultur und die Bildung von Qualitätszirkeln.

Wir können nach dieser Betrachtung des Beschwerde- bzw. Feedbackmanagements folgendes Fazit ziehen: Jede Beschwerde ist immer eine Chance! Wir bekommen die wunderbare Möglichkeit geboten, uns stetig zu verbessern und so unsere Position am Markt auszubauen. Deshalb, liebe Leserinnen und Leser, stimulieren Sie die Beschwerden Ihrer Kunden, erhöhen Sie die Beschwerdezahl (Feedbackzahl) und beginnen Sie die Unzufriedenheit Ihrer Kunden damit zu senken. Steigern Sie Zufriedenheit, begeistern Sie Ihre Kunden.

Begeisterte Kunden – bessere Marktposition – höherer Gewinn! Wenn das der Weg ist, den Sie in der Zukunft gehen wollen, kommen Sie auf uns zu. VPS – Die Beratung kann viel für Sie tun. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen immer tolle Visionen, die Sie realisieren, wenn Sie einen Plan dazu entwickeln und die richtige Strategie zur Umsetzung haben. Bleiben Sie neugierig und denken Sie daran, das Leben ist spannend! **ZT**



oder auch Regime für Regierung. All diese Begriffe wurden früher absolut wertfrei und respektvoll verwendet, doch sind sie im heutigen Sprachgebrauch negativ besetzt. Deshalb bevorzuge ich bei dem Begriff Beschwerde bzw. Beschwerdemanagement, was aus betriebswirtschaftlicher Sicht absolut korrekt ist, den Ausdruck Feedbackmanagement. So stellt sich für uns eine angenehmere Vorgehensweise dar und die Dringlichkeit, ein solches aktives Feedbackmanagement zu betreiben, wird noch deutlicher. Für was brauchen wir so etwas, werden Sie sich bestimmt fragen? Ich sag es Ihnen.

Sieben Einsatzgebiete

1. Vermeiden unnötiger Servicekosten
2. Senken der Quote von Wiederholungsarbeiten
3. Qualitätssteigerung im Allgemeinen
4. Anpassung an wachsende und wechselnde Kundenanforderungen
5. Stetes Minimieren der Fehlerquoten
6. Stressabbau der Mitarbeiter, Motivationsschub
7. Enorme Zeitersparnis des Managements

Wir unterscheiden hierbei auch zwischen den Begriffen Reklamation und Beschwerde. Die Reklamation betrifft immer den Mangel an einer Ware und/oder einer Dienstleistung. Bei der Beschwerde ist der Kunde emotional eingebunden, d.h. er ist immer aufgrund eines Sachver-

bieter und hoffen, ja sie hoffen, denn sie wissen es nicht, dort besser bedient zu werden, sodass sich ihre Erwartungshaltung erfüllt. Wir brauchen für unser Feedbackmanagement eines ganz dringend, eine absolut positive Einstellung zu den vorgetragenen Beschwerden, immer die sieben Erfolgchancen im Blick. Bitte prägen Sie sich folgende Punkte sehr genau ein. Sie sind absolut wichtig, denn nur so entwickeln sich Ihr Unternehmen und auch Sie persönlich weiter. Bekannt gewordene Beschwerden immer sofort intern kommunizieren. Sie müssen offen für diese Beschwerden sein und sie auf sachlicher Ebene, zielorientiert diskutieren. Maßnahmen, die an Bestrafung erinnern, haben hierbei nichts verloren. Alles, was Sie auf den Weg bringen, muss Sie und andere motivieren. Erarbeiten Sie Lösungen, um die Ausgangssituation zu verbessern. Denken Sie stets daran: Alles dient letztendlich der Kundenzufriedenheit, besser noch der Kundenbegeisterung.

Acht Grundsätze des Beschwerdemanagements für Ihren Betrieb

1. Das gemeinsame Ziel ist die Kundenzufriedenheit – begeisterte Kunden
2. Langfristige Kundenbindung, die Basis für Ihren zukünftigen Geschäftserfolg
3. Diese Aufgabe gilt sowohl für Mitarbeiter als auch für das Management
4. Beschwerden sind immer Chancen, besser und erfolgreicher zu werden

- Ermutigung zur Beschwerde, d.h. Sie müssen Beschwerden stimulieren
- Annahme der Beschwerden, d.h. Kundenkontakt vorhanden – positiv angehen
- Bearbeiten der Beschwerde, d.h. interne Kommunikation und Aufgabenverteilung
- Reaktion auf Beschwerde, d.h. Ergebnis muss Kundenerwartung entsprechen

ANZEIGE

**Zahngold/Edelmetalle
Dentallegierungen**

Ankauf/Recycling seit
1968 in D und CH
**ESG Edelmetall-Service
GmbH & Co. KG**

Zahngold.de

Wenn es einen direkten Beschwerdemanagement-Prozess gibt, muss es demnach auch einen indirekten geben. So ist es auch. Er umfasst zwei wichtige Bausteine.

- Die Auswertung, d.h. systematische Aufbereitung und protokollieren der Beschwerden
- Die Kontrolle, d.h. koordinieren, planen, steuern und überwachen der Ziele.

Welche Wege müssen wir nun gehen, um ein erfolgreiches Feedbackmanagement in unserem Unternehmen einzuführen? Ich verrate es Ihnen. Fünf Phasen werden durchlaufen, um mit einem guten Beschwerdemanagement den Betrieb noch erfolgreicher zu führen.

- Entwicklung des Rahmenkonzeptes
- Planung des Budgets

Phase 4: Einführung

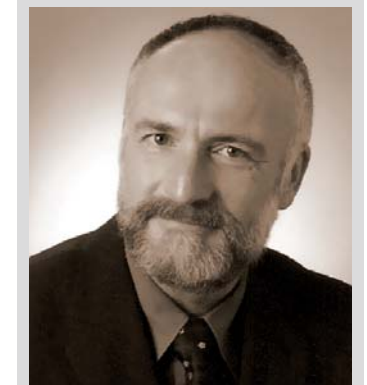
- Konkrete Umsetzung des Rahmenkonzeptes
- Organisatorische Anpassungsmaßnahmen

Phase 5: Öffentlichkeitsarbeit

- Zieldefinition
- Aktives Einfordern von Beschwerden
- Berichterstattung in den Medien
- Verteilen von Servicekarten für Beschwerden

Doch wie fast immer im Leben, so gibt es auch bei der Einführung des Beschwerdemanagements Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. Zuerst kann diese gute Entwicklungsmöglichkeit auf mangelnde Akzeptanz bei Kunden und den Mitarbeitern treffen. Die Lösung ist hier gute Kommunikation. Kommen Sie gemeinsam mit Ihrem Team und Ihren Kunden zu einer realistischen Einordnung der Maßnahme und überzeugen Sie mit einem IST-/SOLL-Vergleich. Starten Sie mit Kundenzufriedenheitsbefragungen. Es kann auch zu mangelnder Unterstützung in der Unternehmensführung kommen. Lösen Sie diese Aufgabe, indem Sie Führungspersonen in die Projektgruppe einbinden, arbeiten Sie als Vorbild und loben Sie Verhaltensänderungen, die dem gesetzten Ziel dienen. Auch organisatorisch gibt es mitunter Widerstand, der sich gegen Korrekturen und Verbesserungsimpulse aus dem Beschwerdemanagement heraus-

ZT Autor



Thilo Wolf, Jahrgang 1966, ist seit 1994 selbstständiger Unternehmer. Er ist Zahntechnikermeister und Betriebswirt und kennt die vielen Facetten des Umgangs mit Kunden sehr gut. Als Managementberater und Motivationscoach hat er sich auf Handwerksunternehmen und deren Außendarstellung spezialisiert. Er ist leidenschaftlicher Sportler, liebt gutes Essen und ist mit Leib und Seele Vater, was seine 6-köpfige Familie eindrucksvoll unter Beweis stellt. Freuen Sie sich auf eine intensive, ganzheitliche und nachhaltige Zusammenarbeit unter dem Wolf'schen Motto: „Das Leben ist sexy.“

ZT Adresse

VPS – Die Beratung
Untere Kirchgasse 2
55585 Oberhausen an der Nahe
Tel.: 0 67 55/9 60 14
Fax: 0 67 55/4 76
E-Mail: vps-thilo-wolf@t-online.de
www.vps-dieberatung.de



DAS ZENOSTAR KONZEPT



Für monolithische Arbeiten bietet WIELAND die wirtschaftliche Alternative zu NEM-Versorgungen.

Digitalkompatible Lösungen für Ihr Labor – die Komponenten:

Die neuen hochtransluzenten Blanks **ZENOSTAR Zr Translucent***, eingefärbt in den Farben pure, light, medium und intense für die schnelle und einfache Reproduktion der 16 gängigsten Zahnfarben. Das **ZENOSTAR Art Module** zur Bemalung der Restaurationen, die beiden Einschichtmassen Light und Intense sowie die Fräsmaschine **ZENOTECH mini**, die auf jeden Schreibtisch passt.

- Wirtschaftlich, da wenige Ausgangsmaterialien für viele Anwendungen
- Verbessertes hydrothermales Alterungsverhalten beim hochtransluzenten Zirkonoxid
- Kleine, preisgünstige Fräsmaschine

WIELAND bietet Ihnen faszinierende Möglichkeiten und Lösungen für jede Preislage.