

ZT WIRTSCHAFT

Der Umgang mit Beschwerden im Dentallabor als Kundenbindungsinstrument

Den Kunden auf der Gefühlsebene abholen

Die langfristige Kundenbindung stellt für zahntechnische Labors eine immer größere Herausforderung dar. Denn zum einen sichern gute Stammkunden die Existenzgrundlage: Es ist um ein Vielfaches teurer, einen neuen Kunden zu gewinnen als einen bestehenden zu halten. Zum anderen sind zahntechnische Produkte weitgehend austauschbar. So müssen der Laborinhaber und seine Zahntechniker nicht nur allein durch Qualität überzeugen, sondern zudem durch Kundenfreundlichkeit und Service. Und dazu gehört der professionelle Umgang mit Beschwerden.

Für Dentallaboratorien ist es schwierig, auf der Produktebene eine intensive Beziehung zur zahnärztlichen Praxis aufzubauen. Darum ist es wichtig, dass sich ein Laborinhaber Gedanken darüber macht, wie Kunden durch exzellenten, ja begeisternden Service gewonnen und gehalten werden können. „Das fällt den Laborinhabern nicht immer leicht“, wie Otto Fuksik von I1CONCEPT, Jena, aus Erfahrung weiß. Er berichtet von einem typischen Fall: Ein Dentallaboratorium in Dresden hatte für einen Zahnarzt eine komplizierte Vollgusskrone mit Stiftaufbauten hergestellt. Eine Woche später erfolgte ein empörter Anruf; der Zahnarzt warf dem Labor schlampige Arbeit vor, drohte an, nie wieder mit einem solchen Laden zusammenzuarbeiten. „Leider hat die Mitarbeiterin des Dentallabors vollkommen falsch reagiert und sich mit dem Zahnarzt auf eine theoretische Grundsatzdiskussion über den Sinn und Unsinn von Vollgusskronen eingelassen. Das Gespräch stand schließlich vor der verbalen Eskalation“, so Fuksik weiter. Fazit: Das Dentallabor hat diesen Kunden nie wiedergesehen. Damit nicht genug: Der Zahnarzt wird in seinem Bekanntenkreis und bei anderen Dentisten nur Negatives über das Labor berichten, dem so ein ungeheurer

ab. Dann muss er die entsprechenden Unterlagen herausuchen und zum Telefonhörer greifen. Beim ersten Mal ist besetzt, beim zweiten Versuch sieht er sich mit der Herausforderung konfrontiert, mit viel Geduld und Hartnäckigkeit sein Anliegen vorzutragen – wobei sich sein Gesprächspartner schließlich als nicht zuständig erklärt: „Moment, ich frage mal nach, wer Ihnen da Auskunft geben kann, und verbinde Sie weiter.“ Bis er schließlich seine Beschwerde an richtiger Stelle vortragen kann, hat er einen enormen emotionalen Energieverlust erlitten, ist er doch durch ein Wechselbad der Gefühle gegangen.

„Bei einer Reklamationsbehandlung sollte ein Labormitarbeiter zwar sachlich vorgehen und gemeinsam mit dem Kunden eine problemorientierte Lösung finden“, meint Alfred Lange vom medizinischen Dienstleistungszentrum Medicon in Chemnitz, „aber noch wichtiger ist, dass er auf der Beziehungsebene die Gefühle des Kunden beachtet. Studien belegen, dass in der freien Wirtschaft ein Kunde weniger wegen des konkreten Beschwerdeanlasses zur Konkurrenz überläuft. Vielmehr geschieht dies zumeist auf Grund einer unzureichenden Reaktion auf die Beschwerde, bei der die meisten Verkäufer nicht die emotionale Verfassung des Kunden berücksichtigen.“ Dies ist in Dentallabors nicht anders, im Gegenteil: Hier wird der Kunde, der Zahnarzt, gleich von zwei Seiten durch den emotionalen Tornado gejagt: durch seinen eigenen Frust über das fehlerhafte Verhalten des Labors und durch die Beschwerde seines „Kunden“, des Patienten.

Die zweite Chance nutzen

Warum eigentlich heißt eine Beschwerde „Beschwerde“? Ein Blick in ein Herkunftswörterbuch zeigt: Das Wort leitet sich ab von „swarida“ und bedeutet „drückende Last“. Es ist dieser emotionale Hochdruck, unter dem der Zahnarzt steht und von dem er sich befreien will. Sinn der Beschwerde aus seiner Sicht ist vor allem eine emotionale „Befreiung“ oder „Entlastung“. „Der Zahnarzt will seinen Ärger, seine Enttäuschung, seine Wut loswerden. Und deshalb steht er zumeist im psychologischen Nebel, wenn er das Dentallabor mit seiner Reklamation konfrontiert. Es ist die vorherrschende Meinung am Dienstleis-

tungsstandort Deutschland, der Umgang mit unzufriedenen Kunden sei unangenehm, zeitraubend und ärgerlich. Kaum jemand erkennt in ihm einen Menschen, den man ja bereits einmal von der Qualität und dem Nutzen eines Produk-

Zahnersatz nicht pünktlich geliefert worden ist. Obwohl dies zum ersten Mal vorkommt – er arbeitet mit dem Dentallabor seit längerem zusammen – wirft er dem Laborinhaber im Gespräch im Labor vor: „Immer liefert ihr zu spät. Ich

hat im Normalfall einen berechtigten Grund, sich zu beschweren, und darf keinesfalls als lästiger Nörgler behandelt werden, mit dem man sich auf ein verbales Scharmützel oder gar einen Streit einlässt“, sagt Otto Fuksik. „Der Zahnarzt verla-

Alfred Lange: „Der Laborleiter läuft dann Gefahr, in ein Wortgefecht zu geraten, das die Konzentration auf die Inhaltsebene, also auf den Beschwerdegrund, unmöglich macht. Und eine Auseinandersetzung mit einem unzufriedenen Zahnarzt können die Führungskräfte und Mitarbeiter im Dentallabor nur verlieren.“ Denn subjektiv hat der Kunde immer Recht. Darum sollte der Laborinhaber versuchen, ihn argumentativ zu entwaffnen und eine gemeinsame Lösung zu finden – ihn besiegen zu wollen, sollte er strikt vermeiden. Oberster Grundsatz eines Reklamationsmanagements ist daher, den Kunden und sein Anliegen ernst zu nehmen, eigene Emotionen beiseite zu stellen, die „Schuld“ nicht auf andere zu schieben und das Gespräch auf die sachliche Ebene zu bringen. Im Idealfall sind alle Mitarbeiter eines Dentallabors in der Lage, mit unzufriedenen Kunden ein Reklamationsgespräch zu führen. Denn der emotional aufgewühlte und enttäuschte Kunde – siehe oben! – will natürlich nicht erst lange warten müssen, bis er eine zuständige Person sprechen kann. Otto Fuksik formuliert folgende Regel: „Das Labor macht es dem Kunden so einfach wie möglich, sich zu beschweren, und verblüfft, ja begeistert ihn geradezu damit, wie kundenorientiert mit seiner Beschwerde umgegangen wird – auf der inhaltlichen, der emotionalen und der menschlichen Ebene.“ Dazu geht der Laborleiter im Falle des Zahnarztes, der die Verzögerung bei der Zahnersatzlieferung beklagt, in 7 Schritten vor.

Aktives Reklamationsmanagement in 7 Schritten

Schritt 1: Die Reklamation annehmen, zuhören und schweigen. Der Zahnarzt



tes oder einer Dienstleistung überzeugt hat – und der nun dem Unternehmen durch seine Reklamation eine zweite Chance gibt, sich zu profilieren und ihn an sich zu binden. Insofern ist eine Beschwerde fast schon ein Glücksfall. Richtig behandelt, führt sie zu einem zufriedenen Kunden. Und der Laborinhaber erhält unter Umständen Hinweise auf Problembereiche in seinem Labor und weiß, wo Optimierungsbedarf besteht. Allerdings: Zu dieser Sichtweise ist nur derjenige im Stande, der die entsprechende Einstellung hat. Voraussetzung für ein professionelles Reklamationsmanagement ist eine kundenorientierte und kundenfreundliche Einstellung: Der reklamierende Zahnarzt steht nicht im Wege – sondern im Mittelpunkt.

Von der Enttäuschung zur Begeisterung

Nehmen wir an, ein Zahnarzt beschwert sich darüber, dass ein bestellter

habe große Lust, zur Konkurrenz zu wechseln!“ Falsch wäre es nun, wenn der Laborinhaber seinerseits emotional reagieren und auf den Vorwurf eingehen würde, die Lieferverzögerung gehöre zum „Standard“ des Labors. Wer sich so verhält, steht im Reklamationsgespräch auf verlorenem Posten. „Der Kunde

gert seinen Ärger über den sachlichen Reklamationsanlass auf den Menschen, bei dem er sich beschwert. Man darf die Beschwerde daher nicht persönlich nehmen und sich angegriffen fühlen, denn das führt wiederum zu einer gefühlsmäßigen Reaktion.“ Und die besteht oft in einem „Gegenangriff“ oder einer Verteidigungshaltung.

ANZEIGE

picodent
Große Dentalbörse und Gewinnspiel
www.picodent.de
 01608 30000
 01608 30000
 01608 30000
www.picodent.de

Schaden entsteht. Der richtige Umgang mit Beschwerden ist aus ganz handfesten ökonomischen Erwägungen heraus notwendig.

Emotionale Achterbahnfahrt

Wie hätte sich jene Mitarbeiterin konkret verhalten sollen? Versetzen wir uns kurz in die Situation des Zahnarztes: Er hat für einen Patienten einen Zahnersatz bestellt – und muss nun enttäuscht feststellen, dass er fehlerhaft ist. Hinzu kommt die Verärgerung des „Endkunden“, also des Patienten, mit dem bereits ein Termin für den Einsatz der Krone vereinbart worden ist. Und natürlich lädt der Patient seinen Frust beim Zahnarzt

ZT Tab. 1: Grundsätzliches Verhalten bei Reklamationen

- Beschwerde als Chance zur Profilierung und Kundenbindung verstehen
- jeder Mitarbeiter im Dentallabor ist Reklamationsmitarbeiter
- Kunden auf keinen Fall warten lassen oder bei telefonisch vorgebrachten Beschwerden mehrfach weiterverbinden
- glaubhaft und ehrlich bleiben
- Kundenanliegen wichtig nehmen
- eigene Emotionen rausnehmen
- Schuld nicht intern verteilen, nach dem Motto: „Da hat mein Kollege/der Zahntechniker nicht gut gearbeitet“
- Kunden auf keinen Fall beweisen wollen, dass er sich im Unrecht befindet und man selbst im Recht
- richtige Vorgehensweise: den Kunden über Fragen steuern
- lösungsorientierte Gesprächstechnik anwenden
- flexible Standardlösungen entwickeln, die auf konkreten Beschwerdefall angepasst werden können
- Reklamations-Handbuch aufbauen