

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Einleitung: Von Mensch zu Mensch _____ | 13 |
| Erst der Mensch – dann der Käufer _____ | 13 |
| Der wichtigste Mensch auf der Welt _____ | 14 |
| Auf „Treu und Glauben“ _____ | 15 |
| Auf Ihre Glaubwürdigkeit kommt es an _____ | 16 |
| Der Aufbau des Buches _____ | 17 |
| | |
| Teil 1 | |
| Seien Sie bereit – Reklamationen und Beschwerden lauern immer und überall _____ | 19 |
| | |
| Kapitel 1 | |
| Stand-by-Modus – so sind Sie allzeit bereit _____ | 19 |
| | |
| Erfolg beginnt in Kopf _____ | 20 |
| Erfolg wird vorgedacht _____ | 20 |
| Normalität gibt es nur in unserer Vorstellung _____ | 22 |
| Von Denkblockaden und Negativprogrammen _____ | 23 |
| Realität und Wahrnehmung – der ganz normale Wahnsinn _____ | 23 |
| Unsere Programme und was sie bewirken – Abweichungen sind schlecht _____ | 24 |
| Lassen Sie sich nicht herunterziehen _____ | 26 |
| Führen Sie eine Erfolgskonferenz mit sich selbst durch _____ | 27 |
| Überwinden Sie Ihre Angst vor Reklamationen _____ | 27 |
| | |
| Reklamierer sind Menschen – nicht nur Kunden _____ | 28 |

| | |
|---|----|
| Kapitel 2 | |
| So bereiten Sie sich organisatorisch vor: Selbstorganisation und Arbeitsmethodik | 31 |
| Definieren Sie Ihre Ziele und legen Sie Ihre Gesprächsstrategie fest | 33 |
| Schritt 1: Visualisieren Sie Ihre Ziele | 32 |
| Schritt 2: Geben Sie Ihrem Ziel eine Form | 33 |
| Schritt 3: Verwenden Sie positive Zielformulierungen | 33 |
| Bereiten Sie sich organisatorisch auf den Reklamationsfall vor | 34 |
| Alles beginnt mit Professionalität | 35 |
| Alles endet in den „Fingerspitzen“ | 36 |
| Das Prinzip „Schriftlichkeit“ | 36 |
| Nutzen Sie Kundentypologien, um die richtige Gesprächsstrategie auszuwählen | 38 |
| Wenn unterschiedliche Verhaltenstypen aufeinander treffen | 38 |
| Sich selbst und andere Menschen einschätzen können | 39 |
| Typologien erweitern den Handlungsspielraum | 39 |
| Analysieren Sie Ihren Gesprächspartner | 41 |
| Interpretieren Sie die Ergebnisse | 42 |
| Kommunizieren Sie angemessen | 43 |
| Achtung „Schubladendenken“ | 44 |
| Vorurteile verschlechtern das Reklamationsmanagement | 45 |
| Die Vorurteilsfalle umschiffen | 45 |
| Bleiben Sie flexibel | 47 |
| Exkurs 1 | |
| Der rhetorische Handwerkskasten und die kommunikative Kompetenz | 49 |
| Ihre Stimmung entscheidet | 49 |

| | |
|--|----|
| Tipps für Stimmungs- und Stimmarbeiter _____ | 50 |
| Entspannen Sie Ihre Stimmbänder _____ | 51 |
| Halten Sie Ihre Stimme flexibel _____ | 52 |
| Schulen Sie Ihr Ausdrucksvermögen _____ | 52 |
| Trainieren Sie Ihren Atem _____ | 53 |
| Die Magie Ihrer Sprache _____ | 53 |
| Wecken Sie positive Assoziationen _____ | 53 |
| Be- und verzaubern Sie mit Ihrer Sprache _____ | 55 |
| Fragen Sie, fragen Sie, fragen Sie ... _____ | 56 |
| Kleiner Leitfaden zur frageorientierten Dialogführung _____ | 56 |
| Fragen und Zuhören gehören zusammen _____ | 58 |
| Das „Wie“ ist entscheidend _____ | 59 |
| Der authentische Mensch in der Reklamation _____ | 60 |
| Teil 2 | |
| Führen Sie das Gespräch professionell durch: Stellen Sie die (emotionale) Lösung in den Mittelpunkt _____ | 61 |
| Kapitel 3 | |
| „Danke für Ihre Reklamation, ich möchte Ihr Vertrauen zurückgewinnen“: Der kundenorientierte Einstieg _____ | 62 |
| Ängste nehmen – Vertrauen restaurieren _____ | 62 |
| Die zerstörte Basis – Vertrauen _____ | 63 |
| Werkzeuge, die Beziehung schaffen _____ | 64 |
| Auf den Körper achten _____ | 64 |
| Erst Emotio dann Ratio _____ | 65 |
| Empathie – die Kunst, sich einzufühlen _____ | 65 |

| | |
|--|----|
| Kapitel 4 | |
| „Wie kann ich wiedergutmachen?“: Das kundenorientierte Kerngespräch | 70 |
| Haben Sie Mut zur Langsamkeit | 71 |
| Steuern Sie das Gespräch mit Fragen | 71 |
| Fragen stellen, aber die richtigen | 71 |
| Stellen Sie die Einwilligungsfraage | 71 |
| Entdecken Sie die geschlossene Frage | 72 |
| Gesprächsführung durch vertiefende Fragen | 74 |
| Hören Sie aktiv zu: So betreten Sie die Welt des Kunden | 74 |
| Pseudo-Zuhören | 75 |
| Aufnehmendes Zuhören | 75 |
| Paraphrasieren | 76 |
| Aktives Zuhören | 77 |
| Ursachen für schlechtes Zuhören | 78 |
| Das Wahrnehmungsrad | 80 |
| Der Lösungsvorschlag: Argumentieren Sie – bieten Sie Wiedergutmachung | 81 |
| Fördern Sie die Selbstüberzeugung des Kunden | 82 |
| Bieten Sie mehr als das Normale | 87 |
| Einwänden richtig begegnen | 88 |
| Der Kunde und Sie im Beziehungskonflikt | 89 |
| Kundenäußerungen sind Wegweiser zum Erfolg | 90 |
| Die verschiedenen Vorbehalte – und wie Sie sie erkennen | 92 |
| Schließen Sie das Reklamationsgespräch mit einer Übereinkunft ab | 94 |
| Nehmen Sie den Druck aus dem Gespräch – so verlangsamten Sie den Prozess | 95 |
| Erkennen und nutzen Sie Entscheidungssignale | 96 |

| | |
|--|-----|
| Exkurs 2 | |
| Psychologie im Reklamationsgespräch _____ | 99 |
| Machtkämpfe _____ | 99 |
| Den Kunden verstehen – und sich selbst _____ | 100 |
| Ihre Flexibilität ist gefragt _____ | 101 |
| Konflikte lösen durch Profilierung _____ | 103 |
| Kapitel 5 | |
| „Vielen Dank, dass ich Ihnen nutzen durfte – und empfehlen Sie mich weiter“: Der positive Abschluss _____ | 104 |
| Beenden Sie die Reklamation positiv _____ | 105 |
| Wirken Sie der kognitiven Dissonanz entgegen _____ | 105 |
| Sprechen Sie Zusatzverkäufe an _____ | 107 |
| Vergessen Sie die Weiterempfehlung und Referenz nicht _____ | 108 |
| Die Bitte um Weiterempfehlung _____ | 108 |
| Die Bitte um Adressen und Namen _____ | 110 |
| Wie Sie eine überzeugende und persönliche Referenz bekommen _____ | 111 |
| Reagieren Sie richtig, wenn es zu keinem positiven Ende der Reklamation kommt _____ | 113 |
| Kapitel 6 | |
| „Warum darf ich Ihnen nicht nutzen?“ – Vom Umgang mit schwierigen Kunden _____ | 115 |
| Wann ist ein Mensch ein schwieriger Mensch? _____ | 115 |
| Strategien zum Umgang mit „schwierigen“ Kunden _____ | 116 |
| Die Situation akzeptieren _____ | 117 |
| Die Chance ergreifen _____ | 117 |

| | |
|---|-----|
| Steigen Sie auf den Berg _____ | 118 |
| Lernen Sie, auch schwierige Kunden zu mögen _____ | 118 |

Teil 3

| | |
|---|-----|
| Vergessen Sie die professionelle Nachbereitung nicht: Nach der Reklamation ist vor dem Verkauf _____ | 121 |
|---|-----|

Kapitel 7

| | |
|---|-----|
| Machen Sie sich unentbehrlich beim Kunden: „Es kann nur einen geben!“ – das Highlander-Prinzip _ | 121 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Reklamationen nachfassen – die Überraschung beim Kunden _____ | 122 |
|--|-----|

| | |
|----------------------------|-----|
| Der Beziehungsaspekt _____ | 122 |
|----------------------------|-----|

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Kundenlob schlägt Zweifel tot _____ | 123 |
|-------------------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| Zukünftige Reklamationen leichter behandeln _____ | 123 |
|---|-----|

| | |
|--------------------------------|-----|
| Auf den Kunden einwirken _____ | 124 |
|--------------------------------|-----|

| | |
|------------------------------------|-----|
| Von der Reklamation zum Kauf _____ | 125 |
|------------------------------------|-----|

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Was kann einen davon abhalten? _____ | 127 |
|--------------------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| Der Blick in den Spiegel: Nachbereitung und aktives Selbsttraining _____ | 127 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Lernen als kontinuierlicher Verbesserungsprozess _____ | 128 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Machen Sie aus Reklamationskunden VIP-Kunden ____ | 132 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Das Reklamationsgespräch – in Ihrer Vertriebsabteilung ____ | 132 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Schere zwischen Theorie und Umsetzung _____ | 133 |
|---|-----|

Exkurs 3

| | |
|---|-----|
| Die fünf wichtigsten Prinzipien erfolgreicher Reklamationsbehebung _____ | 137 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Erfolgsprinzip 1: Ihre Einstellung ist entscheidend _____ | 138 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Erfolgsprinzip 2: Sie vertrauen und achten _____ | 138 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Erfolgsprinzip 3: Sie verkaufen von Mensch zu Mensch ____ | 139 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Erfolgsprinzip 4: Sie sind glaubwürdig und authentisch _____ | 140 |
| Erfolgsprinzip 5: Sie sind bereit zum lebenslangen Lernen und Kompetenzerwerb _____ | 142 |

| | |
|---|-----|
| Teil 4 | |
| Die wichtigsten Gesprächssituationen im Reklamationsgespräch _____ | 145 |

| | |
|---|-----|
| Kapitel 8 | |
| Spezifische Herausforderungen in Reklamationssituationen _____ | 145 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Der Umgang mit Drohungen _____ | 146 |
|---------------------------------------|-----|

| | |
|--|-----|
| Dann ist unsere Zusammenarbeit hiermit beendet _____ | 147 |
|--|-----|

| | |
|------------------------------------|-----|
| Dann gehe ich zur Konkurrenz _____ | 149 |
|------------------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| Dann übergebe ich die Sache meinem Anwalt _____ | 150 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Dann informiere ich Zeitung, Fernsehen oder andere Medien _____ | 151 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Dann mindere ich die Rechnung oder verweigere die Zahlungen _____ | 152 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Behandeln Sie unberechtigte Reklamationen richtig _____ | 153 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Wie kommt es zu unberechtigten Reklamationen? _____ | 154 |
|---|-----|

| | |
|---------------------------|-----|
| Die Welt des Kunden _____ | 154 |
|---------------------------|-----|

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Unschuldsbewusstsein des Kunden _____ | 155 |
|---------------------------------------|-----|

| | |
|--|-----|
| Unberechtigte Reklamation – die Schuld liegt beim Kunden _____ | 156 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Unberechtigte Reklamation – die offene Schuldfrage _____ | 159 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Nachlass- und Kulanzforderungen _____ | 160 |
|--|-----|

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Verschaffen Sie sich Klarheit _____ | 161 |
|-------------------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| Ziehen Sie die richtigen Register _____ | 161 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Beachten Sie die drei Beschwerdeebenen _____ | 163 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| So gewinnen Sie unzufriedene Kunden zurück _____ | 164 |
|---|-----|

| | | |
|-----------------------------|-------|-----|
| Das Ende als Tipp | _____ | 167 |
| Literaturverzeichnis | _____ | 169 |
| Die Autoren | _____ | 170 |