

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

Das Internet und die fortschreitende Digitalisierung verursachen einen enormen Machtzuwachs auf Seiten der Kunden und haben das Kundenkommunikationsverhalten massiv verändert. Preise und Leistungen sind weltweit vergleichbar geworden. Unzufriedene Kunden haben im Internet und in den sozialen Medien unbegrenzte Möglichkeiten, schlechte Erfahrungen an viele Kunden gleichzeitig wiederzugeben. Direkte Beschwerden dagegen sind seltener geworden und stellen für das moderne Marketing heute eher eine Loyalitätsbekundung dar.

Werden Kundenbeschwerden nicht ernst genommen, ignoriert oder falsch beantwortet, sind die Kunden für das Unternehmen erst einmal verloren. Damit gewinnt das Beschwerde- und Reklamationsmanagement eine enorme Bedeutung für ein erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management CRM) und ein perfektes Kundenerlebnismangement (Customer Experience Management CXM). Wer Kundenkritik nicht als Angriff versteht, sondern unzufriedenen Kunden zuhört, kann ihnen nicht nur eine Entschuldigung, eine Kompensation und eine Lösung anbieten und sie damit wieder zufriedenstellen, sondern entdeckt auf diese Weise auch Fehler und Schwachstellen in seinen Prozessen und kann damit seine Wettbewerbsstärke verbessern.

Das Beschwerde- und Reklamationsmanagement wird inzwischen als eines der wichtigsten Instrumente der Kundenbindung verstanden. Denn es ist viel leichter und kostengünstiger, bestehende Kunden zu halten, als neue Kunden zu gewinnen. Und zufriedengestellte Kunden entwickeln eine überdurchschnittliche Loyalität. Somit sind Kritik und Beanstandungen kein Ballast, sondern sie werden sogar zu Chancen für mehr Kundentreue, Gewinn und Erfolg. Diese Potentiale kann man aber nur dann nutzen, wenn man die Taktiken und Techniken der Profis des „Complaint Management“ kennt und den richtigen Umgang mit enttäuschten und verärgerten Kunden beherrscht.

Haben Sie Spaß daran, Kunden zu begeistern und wollen Sie Ihre Zielgruppe zu Fans Ihrer Marke machen? Vertragen Sie Kritik und können Sie Kunden-ärger als Herausforderung verstehen? Würden Sie gerne die Probleme Ihrer Kunden mit Leidenschaft lösen? Wollen Sie in einem interessanten, anspruchsvollen und zukunftsorientierten Tätigkeitsfeld arbeiten? Dann lassen Sie sich am WIFI zum diplomierten Beschwerde- und Reklamationsmanager aus- und weiterbilden!

Ihr Nutzen:

- Dieser Diplomehrgang leitet dazu an, mit Kunden im Dialog zu bleiben, der Verärgerung von Kunden besser auf den Grund zu gehen, Kontakt mit enttäuschten Kunden aufzunehmen und für die Wiederherstellung der Zufriedenheit, der Treue und der Bindung der Kunden zu sorgen. Denn nur so kann man negative Mundpropaganda und Kundenverluste vermeiden.
- Der Lehrgang befähigt dazu, den oft gefürchteten Dialog mit Kritikern und Beschwerdeführern unterschiedlichsten Temperaments souverän und routiniert zu meistern und Ängste vor negativen Bewertungen und Shitstorms im Internet zu überwinden.
- Der Diplomehrgang vermittelt neben umfassendem Erfahrungswissen und Praxis-Knowhow auch spezifische Techniken und Tricks aus der Rhetorik, aus der Verhaltens- und Gehirnforschung und aus der Verkaufs- und Kommunikationspsychologie. Er bereitet damit angehende Reklamationsmanager, die sich einen Refresh wünschen, perfekt auf die wichtigsten



Kursbuchung und weitere Details unter **1941** im WIFI-Kundenportal:
www.wifi.at/ooe

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

Aufgaben und Herausforderungen des modernen Beschwerdemanagements unter veränderten Vorzeichen vor.

Die Zielgruppe:

- Dieser Diplomelehrgang wurde konzipiert für Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation und Vertrieb/Verkauf, aus Kundenservice- und CRM-Abteilungen, sowie aus dem Qualitätsmanagement in kleinen, mittleren und großen Betrieben in allen Branchen, aber auch für Office-Manager, Sekretäre und Assistenzkräfte, die Kundenbeschwerden und Reklamationen bearbeiten und sie nun als Chance zur Ansprache, Bindung und Wiedergewinnung von Kunden nutzen wollen
- Die Ausbildung eignet sich ganz besonders für Personen, die sich beruflich neu orientieren und sich auf eine zukunftsorientierte Position bewerben wollen.
- Unternehmer in Klein- und Mittelbetrieben, sowie Freiberufler und Selbständige profitieren vom erworbenen Know-how.

Der Inhalt:

Modul 1:

Relevante Entwicklungen / gewandeltes Kundenverhalten

- Globale Transparenz von Informationen, Preisen, Leistungen und Kundenerfahrungen und die neue Macht der Kunden
- Veränderung des Kundenverhaltens (z.B. Smart Shopper, Kunden mit hohen Retouren-Quoten, Abwanderung statt Reklamation – Bewertung statt Beschwerde, steigende Kundenerwartungen, abnehmende Markentreue)
- Weniger Verständnis füreinander auf Kunden- und Unternehmensseite
- Verlagerung der Kundenkritik auf schriftliche Kanäle und auf indirekte Wege im Internet und in den Social Media
- Aggressivere Beschwerdeführung

Modul 2:

Grundlegendes zum Beschwerde- und Reklamationsmanagement

- Typische Ursachen und Auslöser von Beschwerden und Reklamationen
- Schlechtes Kommunikationsverhalten als Konfliktverstärker
- Eigene Erfahrungen als Beschwerdeführer im Umgang mit Unternehmen
- Unternehmens- versus Kundenperspektive: Gibt es berechtigte und unberechtigte Beschwerden?
- Objektive und nachprüfbare Reklamationen und Beanstandungen
- Typische subjektive Beschwerdeanlässe: Zwischenmenschliche Konflikte, emotionale Verletzungen, enttäuschte Erwartungen, persönliche Krisen, ...
- Direkte Beschwerde-Formen:
Kritik, Beschwerde, Beanstandung, Reklamation
- Indirekte Beschwerde-Formen:
Kommentare und Bewertungen im Internet und auf Social Media, negative Mundpropaganda und Shitstorm

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

- Typen und Motive von Kritikern, Beschwerdeführern und Reklamierenden
- Exemplarische Empfindungen und Gefühle von Kritikern, Beschwerdeführern und Reklamierenden
- Übliche Beschwerdekommunikationskanäle: Anruf auf der Kunden-Hotline, Versand oder Übergabe eines Feedback-Bogens, Bereitstellung von Formularen im Netz oder im Store, Kundenbefragung, E-Mail, Telefax, Kundenbesuch, ...
- Günstige Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Beschwerdemanagement: hohe Qualitätsansprüche und konsistentes Markenwert-Verständnis, konsequente Serviceorientierung und Kundenfokussierung, ständiger Kontakt und Dialog mit Kunden,...

Modul 3:

Positive Effekte des aktiven Beschwerdemanagements

- Vorteile aus Marketingsicht / betriebswirtschaftlicher Nutzen:
 - Kundenzufriedenheit, Kundenloyalität und Kundenbindung
 - Produktverbesserung und Dienstleistungsoptimierung
 - Kostenreduzierung durch Fehlervermeidung
 - mehr Qualität in den betrieblichen Abläufen
 - Image- und Absatzsteigerungen durch gute Bewertungen im Internet
 - Neukundengewinnung über Mundpropaganda
 - Gewinnsteigerung und Unternehmenserfolg

Modul 4:

Beschwerdemanagementprozess-Stufen / Phasen der Reklamationsbehandlung

- Stimulierung von Kritik an den wichtigsten Customer Touch Points
- Kunden zuhören (Storylistening)
- Abbau von Hürden für die Beschwerdeabgabe und Beschwerdekalisierung
- Beschwerdeannahme und Informationserfassung
- Beschwerdebearbeitung und erste Kontakt(aufnahme)
- Weitere Reaktionen des Unternehmens
- Richtige Nachbearbeitung von Reklamationen
- Entschuldigung
- Lösung des Problems und Wiedergutmachung (Kompensation)
- Auswertung der Beschwerdefälle und Reporting
- Informationsnutzung und Bearbeitung interner Schwachstellen

Modul 5:

Der Dialog mit dem verärgerten bzw. unzufriedenen Kunden

- Die Erwartungshaltung des Kunden verstehen und zuhören
- Der kontrollierte Umgang mit den eigenen Emotionen und denen des Kunden
- Der richtige Ton und die richtigen Formulierungen
- Deeskalationsstrategien für persönliche Angriffe, Beleidigungen und andere schwierige Situationen
- Methoden für zielführende Dialoge: Kooperation statt Konfrontation, Verständnis statt Rechtfertigung, Wiedergutmachung statt Schuldzuweisung, persönliche Auseinandersetzung statt anonyme

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

Standardbearbeitung, Vereinbarungen treffen statt zielloses Diskutieren, Sachebene statt Gefühls-ebene

- Der professionelle Umgang mit schwierigen, wütenden und drohenden Kunden, mit berechtigten und unberechtigten Reklamationen, mit böartigen Kommentaren und Shitstorms im Internet und auf den Social Media
- Konstruktive und kundenorientierte Beschwerdegesprächsführung
- Nützliche Frage- und Argumentationstechniken

Modul 6:

Basis-Analysen und Erfolgsmessungen des Beschwerdemanagements

- Analyse der Kundenschnittstellen (Kommunikations- und Vertriebskanäle)
- Analyse der Kundenerlebnisse an den Schnittstellen
- Analyse der Kundenzufriedenheits- und Beschwerdesituation
- Analyse der Beschwerdebeweggründe
- Analyse der Fehlerquellen und Schwachstellen im Unternehmen
- Durchführung von Kunden-Audits, Service-Checks und Kundenbefragungen
- Controlling (Evidenz / Aufwand / Kosten / Nutzen)

Modul 7:

Anforderungsprofil für Beschwerde-/Reklamationsmanager

- soziale Kompetenzen (Empathie, Kontaktfreudigkeit, Dialogfähigkeit)
- Resilienz und Stresstabilität
- Selbstbewusstsein und Durchsetzungsfähigkeit
- Selbstwahrnehmung und Achtsamkeit gegenüber Kunden
- Kundenorientierung und gesunde Distanz zum eigenen Unternehmen
- Ziel- und Erfolgsorientierung
- Gespür für lohnende Investitionen in wertvolle Kunden versus Kostenbewusstsein

Modul 8:

Etablierung des Beschwerde- und Reklamationsmanagements im Unternehmen

- Integration in die Unternehmenskultur und das Unternehmensverhalten
- Berücksichtigung in der Kundenstrategie, im Customer Relationship Management (CRM) und im Customer Experience Management (CXM)
- Einbezug in das betriebliche Qualitätsmanagement und das Controlling
- Schnittstelle zur Kundensegmentierung (Kundenwertberechnung)
- Schnittstelle zum Kundenrückgewinnungsmanagement

Projektarbeit

Die Methodik-Didaktik:

Ihr Lehrgangsleiter vermittelt nicht nur das notwendige Grundlagenwissen, sondern auch wertvolles Praxis-Knowhow aus einem Füllhorn von Erfahrungen in kleinen und großen Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen, für die er Beschwerdemanager/-innen trainiert und gecoacht und Reklama-

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

tionsmanagement-Systeme überarbeitet oder neu aufgebaut hat. Der Erwachsenenbildungsprofi präsentiert Ihnen verständlich aufbereitete Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam. Sie erhalten einen erstklassigen Einblick in den erfolgversprechenden Umgang mit unzufriedenen und reklamierenden Kunden - aus der Praxis für die Praxis. Ihr Vorkenntnisstand steht während dieses Lehrgangs stets im Mittelpunkt und der Trainer geht gezielt auf alle Ihre Fragestellungen ein. Moderne multimedial unterstützte Lernkommunikation spricht (fast) alle Ihre Sinne (Sehen, Hören, Fühlen) gleichzeitig an. Praxisbeispiele und Transferaufgaben in Wort, Bild und Ton (z.B. Hörspiele, Videoclips, Fälle aus der betrieblichen Praxis, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit, Rollenspiele, Gastreferate) machen einen gewichtigen Teil des Lehrgangs aus. Sie erhalten während des Lehrgangsunterrichts Handouts, Whitepapers, Skripten, Flow-Charts und Checklisten. Während des Lehrgangs suchen Sie sich gemeinsam mit dem Trainer ein spannendes Thema für Ihre Projektarbeit rund um das Thema Kundenkritik, Beschwerden und Reklamationen.

Die Lehrgangsziele:

- Sie erlernen in diesem WIFI-Diplomlehrgang Methoden und Techniken, die für ein souveränes und kundenorientiertes Management berechtigter und unberechtigter Kundenkritik Voraussetzung sind.
- Sie erfahren, wie Sie selbst schwierigste Situationen meistern und Ihre Kunden auf die schnellste und beste Art zufrieden stellen.
- Wir zeigen Ihnen, wie Sie verlorenes Vertrauen und enttäuschte Kunden zurückgewinnen und fest an Ihr Unternehmen binden.
- Von Ihrer Professionalität und Ihrem eigenen Erfolg profitiert am Ende auch Ihr Unternehmen.

Die Kompetenzen:

Nach dem Besuch des Lehrgangs ...

- verstehen Sie die Bedeutung zufriedener und loyaler Kunden.
- erkennen Sie die Notwendigkeit, Kundenfeedbacks aktiv einzufordern, Kunden richtig zuzuhören und Kritik, Beschwerden und Beanstandungen positiv anzunehmen.
- sind Sie in der Lage, verschiedene Typen von unzufriedenen und verärgerten Kunden zu unterscheiden und die Gefühle, Erwartungen, Gedanken und Verhaltensweisen von Kritikern, Beschwerdeführern und reklamierenden Kunden nachzuvollziehen.
- wissen Sie, wie man auf Kritik, Beschwerden, Reklamationen, aber auch auf negative Bewertungen und Shitstorms im Internet reagiert, wie eine Entschuldigung ausgesprochen wird, wie eine Wiedergutmachung aus der Sicht des enttäuschten Kunden aussieht, wie Sie zu einer einvernehmlichen Problemlösung kommen und wie man jede berechtigte Kritik und Beschwerde als Chance und Verkaufspotential fürs Unternehmen nutzt.
- können Sie auf emotionsgeladene Äußerungen Ihrer Kunden in Briefen, E-Mails, am Telefon und von Angesicht zu Angesicht verständnisvoll und lösungsorientiert reagieren.
- sind Sie darauf vorbereitet, jeden negativen Kritikpunkt und jede berechtigte Reklamation als Hinweis für Ihr Qualitätsmanagement aufzufassen und wundern sich auch nicht mehr, dass manche Unternehmen, v.a. in den USA, Beschwerden sogar provozieren, um mit Kunden ins Gespräch zu kommen und sie aktiv zu binden.

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

Die Prüfung:

- Die mündliche Prüfung besteht aus (a) der mündlichen und folienunterstützten Präsentation der Projektarbeit und (b) der mündlichen Befragung zum Thema und zu den Inhalten der Projektarbeit, zur Anwendungssicherheit und zur Transferleistung des im Lehrgang erlernten theoretischen und praxisorientierten Wissens und dauert max. 40 Minuten.
- Spätestens 1 Woche vor der mündlichen Prüfung muss die Projektarbeit als digitale Version eingereicht und spätestens vor Beginn der mündlichen Prüfung als Ausdruck (2 Print-Exemplare) abgegeben werden.
- Die Projektarbeit ist eine Einzelarbeit zu einem im Lehrgang vereinbarten und vorbesprochenen Thema. Sie muss mindestens 15 Seiten umfassen.
- Die Lehrgangsabschlussnote bezieht sich auf folgende Einzelwertungen nach dem österreichischen Schulnotensystem 1-5.
- Bei positivem Bestehen erhalten Sie direkt nach der mündlichen Prüfung Ihr Zeugnis feierlich überreicht.
- Wenn Sie trotz Kursbesuch die Prüfung nicht bestehen, können Sie im Rahmen der WIFI-Wissensgarantie den Kurs noch einmal kostenlos wiederholen.
- Der Prüfungspreis ist in dem Lehrgangspreis inkludiert und eine separate Prüfungsanmeldung ist nicht erforderlich.

Die Benotung:

Die Benotung bezieht sich...

- auf den allgemeinen Eindruck der schriftlichen Projektarbeit,
- auf den allgemeinen Eindruck der mündlichen Präsentation der Projektarbeit,
- auf das in der schriftlichen Projektarbeit unter Beweis gestellte Theorie-Verständnis und Fachwissen,
- auf die in der schriftlichen Projektarbeit unter Beweis gestellte Praxis-Relevanz, also die Umsetzbarkeit in die Unternehmens- und Kundenrealität,
- auf das in der mündlichen Präsentation der Projektarbeit unter Beweis gestellte Theorie-Verständnis und Fachwissen,
- auf die in der mündlichen Präsentation der Projektarbeit unter Beweis gestellte Praxis-Relevanz, also die Umsetzbarkeit in die Unternehmens- und Kundenrealität.

Die Einzelwertungen ergeben 6 Einzelnoten, die addiert und dividiert durch 6 schließlich die Gesamtnote ergeben:

- Das Bewertungsschema für die Endbewertung lautet wie folgt:

1,0 – 1,5	sehr guter Erfolg
1,6 – 2,0	guter Erfolg
2,1 – 4,0	Erfolg

Ihr Qualifikationsnachweis:

Zeugnis



Kursbuchung und weitere Details unter **1941** im WIFI-Kundenportal:
www.wifi.at/ooe

1941 Lehrgang Kundenbeschwerde- und Kundenreklamationsmanagement

Kundenfeedbacks, Kundenkritik, Beanstandungen, Kundenbewertungen und Shitstorms als Chancen für mehr Qualität, Kundenbindung, Erfolg und Gewinn

Ihr Trainer:



Alexander Schell

Marketing- und Kommunikationsstrategie, Autor, Redner, Trendforscher und Leiter des Europäischen Instituts für angewandtes Kundenmanagement (eifk) und Geschäftsführer der Schell Marketing Consulting.