

Schreiben ist Bronze

Reden ist Gold



Christoph Stieg

Customer-Winback und Eskalationsbeschwerden: Anrufen!

Je fordernder die Situation desto wichtiger ist der Dialog. Urgenzen, Eskalationsbeschwerden, Abwanderungen abwenden sowie Kunden-Rückgewinnung stellen höchste Anforderungen an die Mitarbeiter.

Peter Sommer sprach mit Christoph Stieg (perfact training) über die Chancen, die Unternehmen dabei haben.

Im Kundenkontakt kommt es oft zu dem Moment, in dem ein Unternehmen das Interesse an seinen Kunden beweisen muss. Christoph Stieg: „Es geht um Emotionen, um Wahrnehmung und Aufmerksamkeit gegenüber den Kunden. In aller Regel wird versucht, die unangenehme Situation durch ein sachliches Schreiben aus der Welt zu schaffen. Aber ein Schriftstück ändert die Emotionen nicht. Nicht im Falle von Eskalationsbeschwerden (die vielleicht sogar schon über den Vorstand laufen oder über eine externe Konsumenten-Vertretung oder gar über die Öffentlichkeit). Nicht bei Kunden, die drohen, die Geschäftsbeziehung abzubrechen, nicht bei Kunden, die sich erst entscheiden wollen, mit wem sie arbeiten, nicht bei Kunden, die schon gekündigt und sich bereits gegen das Unternehmen entschieden haben.“

**Schreiben ist einfach, schnell.
Und ... unwirksam.**

Wie kann man Kunden, die bereits gekündigt haben, zurückgewinnen? Schreibt man einen Brief und macht man ein Angebot, das diese fast nicht ablehnen können? Stieg: „Ja, das geht. Aber erstens sind diese Angebote sehr teuer (für das Unternehmen) und zweitens zeigt die Erfahrung, dass dennoch nur ein Bruchteil der Kunden darauf reagiert. Reden ist Gold: Rufen wir diese Kunden an, am besten noch innerhalb der Kündigungsfrist, am besten unmittelbar nachdem die

Kündigung eingegangen ist. Weiters sind die Motive zu erfassen“, rät Experte Stieg: „Welche Motive hatte und hat der Kunde, bei diesem Unternehmen zu bleiben, welche hat er zu wechseln, welche hat er unabhängig vom Angebot, wo liegt sein Bedarf und wo liegen seine Bedürfnisse.“ Dabei soll man eindeutige Zielformulierungen verwenden wie z. B. „Ich will Sie gerne zurückgewinnen.“ Stieg: „Lassen Sie sich auf einen Dialog ein und machen Sie das Ergebnis verbindlich. Sagen Sie ‚ok, ich schicke Ihnen die Info, Sie entscheiden sich dann. Auf dieser Basis kann ich mit einem Ja rechnen?‘ Gemäß unserer Erfahrung sind je nach Branche, je nach Situation Quoten bis zu 50 % zu erzielen.

Oder es gar nicht soweit kommen lassen

Es ist natürlich laut Stieg das Beste, wenn Kunden angerufen werden, bevor sie kündigen. „Sofern Account-Manager existieren bemerken sie Abwanderungstendenzen der Kunden ganz genau, sie spüren es quasi. Vor diesen Anrufen scheuen sich die meisten, weil sie nicht wissen, was sie sagen sollen. ‚Sie stehen auf meiner Liste abwanderungsgefährdeter Kunden. Ich muss Sie deshalb anrufen. Sagen Sie einfach nein, dann haben wir es hinter uns‘ – sinngemäß kommt genau das häufig zwischen den Zeilen durch. Dem Kunden ein kritisches Feedback abzuverlangen, in dem wir ihm selbstkritische Fragen stellen, zählt vermutlich zu den stärksten Bindungs-Initia-

tiven. ‚Wie beurteilen Sie den Nutzen unseres Produktes?‘ ‚Wie hat sich Ihr Nutzungsverhalten seit dem Kauf geändert?‘ ‚Womit sind Sie zufrieden/unzufrieden?‘“

Eskalationsbeschwerden

Antwortbriefe auf Eskalationsbeschwerden erklären dem Kunden den Sachverhalt, der für ihn schwer verständlich ist und damit noch mehr zum Ärger beiträgt. Und der „Bringt-das-Fass-zum-Überlaufen-Wut-Satz“ kommt wie das Amen im Gebet immer zum Schluss, und lautet meist so ähnlich wie „Wir bedauern, Ihnen heute keine für Sie bessere Nachricht übermitteln zu können.“ Spätestens in diesem Moment entscheidet der Kunde, seinen Rechtsanwalt zu kontaktieren und wieder einmal von seinem Versicherungsschutz Gebrauch zu machen. Christoph Stieg zeigt die Lösung auf: „Zuerst die Emotionen in Ordnung bringen: Anrufen. Reden ist eben doch Gold. Darauf fokussieren, dass es gemeinsame Ziele gibt, dass es Gründe für den Kunden gab, sich für dieses Produkt, für diesen Tarif zu entscheiden, die Chance auf Erkennen neuer, geänderter Bedürfnisse, die Chance, ehrliches Interesse zu zeigen, das geht nur am Telefon. Und dann, der guten Ordnung halber und allen formalen Anforderungen gerecht werdend ein sachliches Schreiben hinterher senden.“

Training direkt per Telefon

Für alle Telefonverhalten-Trainings empfiehlt Christoph Stieg die Methode des OnlineTelephoneTraining – Training via Telefon, direkt am Arbeitsplatz. Individual-Coaching für einzelne und für hunderte Mitarbeiter. **T** www.perfacttraining.com