

# **Hans-Günther Lemke**

## **begrüßt Sie zum Verkaufstraining**



## **Positiver Umgang mit Reklamationen**

### **Ein Grundtraining**

copyright: Hans-Günther Lemke

1

### **Trainerhinweise:**

1. Sie starten das Seminar mit Chart 6.
2. Chart 4 + 5 ist der Ablaufplan für das Seminar, den Sie bitte im Original ausdrucken.
3. Dann legen Sie Anfangs- und Endzeit Ihres Trainings fest und tragen die Uhrzeiten in den Ablaufplan ein, damit Sie jederzeit eine Zeitkontrolle haben.
4. Wenn Sie sich an den Ablaufplan halten und an die Trainerhinweise im Notizbereich jedes Seminars, wird Ihr Training immer erfolgreich verlaufen.

### **HINWEIS:**

Die Ansprache ist immer in der männlichen Form gewählt.

Es bleibt Ihnen überlassen, wie Sie die Teilnehmer ansprechen.

Aber weisen Sie zu Beginn des Trainings einmalig darauf hin, dass auch bei männlicher Ansprache immer gleichermaßen Verkäuferinnen und Verkäufer gemeint sind.

So vermeiden Sie Irritationen und Fragen der Teilnehmer.

## Impressum / Nutzungsrechte / Copyright

---



### **Autor Hans-Günther Lemke**

35 Jahre Handelserfahrung als Verkäufer,  
Filialleiter, interner und externer Trainer.  
20 Jahre Trainingserfahrung im Handel.  
Experte für alle Fragen und Themen rund um  
den Handel.

Siehe auch [www.lemke-training.de](http://www.lemke-training.de)

---

<b>Titel:</b>	Reklamationen
<b>Autoren:</b>	Hans-Günther Lemke
<b>Urheberrechte:</b>	Hans-Günther Lemke
<b>Copyright Texte:</b>	Autoren
<b>Copyright Design &amp; Konzept:</b>	Hans-Günther Lemke

<b>Copyright Bilder :</b>	Hans-Günther Lemke
<b>Copyright Grafiken:</b>	Hans-Günther Lemke
<b>Ersterscheinung:</b>	März 2013
<b>Auflage:</b>	Erstaufgabe 2013

Alle Rechte an Bild, Grafik, Text und Design liegen bei Hans-Günther Lemke, 32457 Porta Westfalica.  
Der Käufer erwirbt eine Einzellizenz und kein Copyright. Jede anderweitige Verwendung des Seminarbausteins ganz oder in Teilen, der Inhalte, Grafiken oder Bilder bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Hans-Günther Lemke. Der Copyright-Vermerk auf den Charts darf nicht entfernt werden.

copyright: Hans-Günther Lemke

2

## **Impressum:**

Die Urheberrechte, Lizenzrechte des Käufers und Copyright-Rechte sind genauestens einzuhalten.

Verstöße bitte melden an Hans-Günther Lemke.

Alle Rechte vorbehalten.

# Trainerleitfaden und Ablaufplanung zum **SEMINAR**

copyright: Hans-Günther Lemke

3

## **Trainerhinweise:**

Überleitungsschart.

Nur für den Trainer / Führungskraft zur Anwendung

## Positiver Umgang mit Reklamationen

Chart-Nr.	Thema	Notiz für den Trainer Methodische Hinweise	Zeit Min.	Uhrzeit von-bis
3-5	Trainerleitfaden und Ablaufplan	Nur für den Trainer bestimmt		
6	Eröffnungchart Thema vorstellen	Stimmung der TN erfassen Wichtigkeit des Themas herausstellen	5	
7	Persönliche Vorstellung	Wenn die TN untereinander nicht bekannt sind	5	Nach Bedarf
8-9	Inhalte und Regeln	Präsentation	5	
10-14	1. Chancen von Reklamationen	Lehrgespräch + Präsentation + 1 Punkt- Frage	15	
15-19	2. Ursachen und Gründe für Reklamationen	Präsentation + 1 Punkt- Frage	15	
20-23	3. Beziehungsebenen im Kundengespräch	Präsentation Trainer	10	
24-25	4. Erwartungen der Kunden	Präsentation Trainer- Einleitung	5	

copyright: Hans-Günther Lemke

4

### Ablaufplan, nur für den Trainer:

1. Arbeiten Sie sich immer mit dem Ablaufplan in das Seminarprogramm ein.
2. Drucken Sie den Ablaufplan aus und legen ihn neben den Charts mit den Trainerhinweisen.
3. Gehen Sie zuerst einmal komplett durch, um das Gesamthema in den Kopf zu bekommen.
4. Schreiben Sie Ihre Notizen oder individuellen Fragen auf die linke Seite der Trainernotizen.
5. Dann legen Sie fest, falls gewünscht, welche Charts mit **Animation** versehen werden sollen.
6. Ändern oder ergänzen Sie bei Bedarf die Beispiele auf das firmenspezifische Sortiment.
7. Legen Sie zuletzt die Seminarzeiten - Anfang und Ende - fest.
8. Dann planen Sie die Zeiten im Detail direkt im Ablaufplan.
9. Jetzt fehlt nur noch die Einladung an die Teilnehmer, damit sich jeder auf das Training einstimmen kann. Das Anschreiben sollte motivierend sein.
10. Vergessen Sie nicht, die Teilnehmerunterlagen auszudrucken, die Sie am Ende des Trainings verteilen wollen.

## Positiver Umgang mit Reklamationen

---

### Trainingsziele:

---

- Richtiger Umgang mit reklamierenden Kunden
- Einsatz von Gesprächstechniken bei Reklamationen
- Positive Gesprächsführung in Gesprächen

### Trainingsinhalte:

---

1. Chancen von Reklamationen für das Unternehmen
2. Ursachen und Gründe für Reklamationen
3. Beziehungsebenen im Kundengespräch
4. Erwartungen der Kunden bei Reklamationen
5. Verständnis als Erstreaktion
6. Goldene Verhaltensregeln bei Reklamationen

### Trainerhinweise:

Ziele und Inhalte vorstellen.

Es sind nur Verständnisfragen aus der Gruppe zugelassen.

Lassen Sie keine Diskussion über die Trainingsinhalte zu oder noch schlimmer, ob das Training überhaupt sinnvoll ist.

Machen Sie deutlich, dass jedes Training der Qualifikation und Weiterbildung dient. Ob ein Training gut oder schlecht war, sollte jeder erst am Ende des Trainings beurteilen.

## Positiver Umgang mit Reklamationen

---



### Teil 1 Chancen von Reklamationen

copyright: Hans-Günther Lemke

6

### Trainerhinweise:

Einleitungsschart in das erste Thema.

Präsentation Trainer.

Wir beschäftigen uns jetzt mit der Bedeutung und der möglichen Auswirkung einer Reklamation auf ein Geschäft, wenn diese nicht zur vollkommenen Zufriedenheit des Kunden abgewickelt wird.

1-Punkt-Frage.

Welche Chancen haben Reklamation für ein Unternehmen bzw. für uns?

Warten Sie einige Antworten ab, bevor Sie das nächste Chart auflegen.

## Chancen von Reklamationen

---



**Was kann passieren, wenn wir eine Reklamation unprofessionell bearbeiten?**

---

copyright: Hans-Günther Lemke

7

### Trainerhinweise:

#### **1-Punkt-Frage.**

Warten Sie einige Antworten der Teilnehmer ab.

Ziel der Abfrage ist es, dass die Teilnehmer erkennen, welche negativen Auswirkungen ein unprofessioneller Umgang mit Reklamationen für ein Geschäft haben kann.

Hier gilt es auch, Betroffenheit bei den Teilnehmern auszulösen.

## Chancen von Reklamationen

---



**Viele Kunden reklamieren überhaupt nicht, weil sie sich nur Ärger versprechen.**

**80% der unzufriedenen Kunden reagieren so:**

**Sie wechseln wortlos zur Konkurrenz.**

**Schlechte Erfahrungen mit einem Unternehmen erzählt man im Durchschnitt 10-11 weiteren Personen.**

copyright: Hans-Günther Lemke

8

### Trainerhinweise:

#### **Präsentation Trainer.**

Lesen Sie die Aussagen auf dem Chart deutlich vor.

#### **Info für den Trainer.**

Fast alle Untersuchungen und Studien zu diesem Thema kommen zu dem gleichen Ergebnis.

Erläutern Sie weiter, dass die Gewinnung neuer Kunden wesentlich kostenintensiver ist, als die Maßnahmen, den bestehenden Kunden weiter an sich zu binden. Zum Beispiel durch einen professionellen Umgang mit Reklamationen.



## Chancen von Reklamationen

---



- Sie können uns Produktfehler aufzeigen
- Sie können Verbesserungen nach sich ziehen
- Sie können Kundenprobleme aufdecken
- Sie können das Ansehen eines Unternehmens aufwerten (Image)
- Sie können Folgegeschäfte nach sich ziehen

copyright: Hans-Günther Lemke

9

### Trainerhinweise:

#### **Präsentation Trainer.**

Dieses und das folgende Chart dient Ihnen zur Ergänzung der Aussagen, die Sie mündlich gesammelt haben.

## Chancen von Reklamationen

---



- Sie können Referenzen bringen = Neukunden
- Sie können den Kunden noch zufriedener machen, was für uns bedeutet:
- Er ist und bleibt Stammkunde
- Positive Mundpropaganda
- **Jede Reklamation ist ein Schatz, den es zu bergen gilt!**

copyright: Hans-Günther Lemke

10

### Trainerhinweise:

#### Präsentation Trainer.

Weisen Sie an dieser Stelle auf die besondere Bedeutung hin, die ein zufriedener Kunde für ein Unternehmen hat.

Positive Mundpropaganda bedeutet auch, dass die meisten zufriedenen Kunden, ihr positives Verkaufserlebnis anderen weiter erzählen.

Verärgerte Kunden geben ihre schlechten Erfahrungen um ein Vielfaches an andere Menschen weiter.