

Auf Beschwerden, Reklamationen und Kritik an der Tara angemessen zu reagieren, gehört für die Apotheken-Mitarbeiter/innen zu den größten Herausforderungen: Wer lässt sich schon gerne die Leviten lesen? Doch die Scheu vor der Kundenkritik kann man ablegen und der geschickte Umgang mit Beschwerden eröffnet der Apotheke sogar wertvolle Chancen.

Offen für Kunden-Kritik



die Außenstehenden eventuell eher auffallen als der Geschäftsführung und den Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen. Macht sich ein verärgelter Kunde in Ihrer Apotheke Luft, dann liegt ihm etwas daran, über seinen Frust zu reden. „Ein Kunde, der sich beschwert, möchte die Leistungen Ihrer Apotheke ja grundsätzlich in Anspruch nehmen“, erklärt die Wiener Marketing-Spezialistin und Management-Trainerin Viktoria Hausegger, die auf Wunsch auch Teamschulungen für einen professionellen Umgang mit Beschwerden anbietet.

Dem Kunden ist Ihre Apotheke wichtig!

Wäre dem Kunden Ihre Apotheke gleichgültig, dann würde er sich gar nicht die Mühe machen, über sein Anliegen zu sprechen, sondern einfach in das Geschäft Ihres nächstgelegenen Mitbewerbers wechseln.

Es gilt daher, die Beschwerde oder Reklamation so zu behandeln, dass sich der Kunde ernst genommen fühlt. „Ziel ist es, die gefährdeten Kundenbeziehungen zu stabilisieren“, so Viktoria Hausegger. Gelingt es nicht, die Zufriedenheit des Kunden wieder herzustellen, und verlässt der Kunde

© gradt - Fotolia.com

„Nichts wirkt versöhnlicher als das Wort „Entschuldigung“!“

Kundenbeschwerden sind nämlich nichts anderes als ein punktuelles Feedback zur Arbeit, die in der Apotheke geleistet wird. Direktes Feedback ist gar nicht leicht zu bekommen, ja muss sogar – im Rahmen von professionell durchgeführten Kundenbefragungen – teuer bezahlt werden. Kundenbeschwerden geben Gelegenheit, Schwachstellen im Unternehmen aufzudecken und Fehlerquellen zu erkennen,

die Apotheke mit noch mehr Wut im Bauch, so muss damit gerechnet werden, dass er seine Erfahrungen anderen Menschen mitteilt. Das bedeutet für das Image der betroffenen Apotheke nichts Gutes.

Andererseits kann ein einfühlsamer Umgang mit der Beschwerde dazu führen, dass der nunmehr zufriedengestellte Kunde noch enger an die Apotheke gebunden wird. Und das ist ein großer Gewinn für das Unternehmen, denn aus der Marketingforschung ist bekannt, dass es viel mehr Geld kostet, einen neuen Kunden zu begeistern, als einen bestehenden Kunden zu halten.

Auweh, Kundenkritik! – Was nun?

Wie geht man nun mit Beschwerden richtig um? Zunächst einmal gilt es, die Vorwürfe nicht persönlich zu nehmen und Ruhe zu bewahren. Zuhören, Verständnis zeigen und dem Kunden Gelegenheit geben, „Dampf abzulassen“ – das sind die ersten, ganz wichtigen Schritte im Beschwerdemanagement.

„Selbst wenn der Kunde sein Anliegen aggressiv an Sie heranträgt – machen Sie sich immer bewusst, dass er als Mensch in Ordnung ist, er sich im Augenblick in einer Stress-Situation befindet und sich offenbar im Moment nicht anders zu helfen weiß“, empfiehlt Viktoria Hausegger. Ganz bewusst sollte man versuchen, den Sachverhalt der Beschwerde von der emotionalen Ebene zu trennen. Das trage auch dazu bei, sich nicht persönlich angegriffen zu fühlen.

Jedes Anliegen ernst nehmen

Bei einer Kommunikation Face-to-Face sollte mit Körpersprache

und Mimik signalisiert werden, dass man das Anliegen des Kunden ernst nimmt. Erfolgt die Beschwerde telefonisch, so muss besonders auf die Stimme und die Wortwahl geachtet werden. Durch aktives Zuhören und Formulierungen wie „Ich verstehe, dass Sie sich darüber geärgert haben“ signalisieren Sie Verständnis. Lassen Sie sich ausführlich schildern, worum es geht, um genügend Informationen über den zugrundeliegenden Vorfall zu sammeln.

„Eine tödliche Reaktion wäre zu sagen: „Das gibt es nicht“ oder „Das ist nicht möglich“ (wie es leider öfter passiert). Denn damit sagen Sie dem Kunden praktisch ins Gesicht, dass er lügt“, warnt Viktoria Hausegger. Die Trainerin empfiehlt, sich während des Reklamationsgespräches Notizen zu machen. Das schaffe Vertrauen und ermuntere den Kunden zu mehr Sachlichkeit.

Stellt sich heraus, dass tatsächlich ein Fehler der Apotheke vorliegt, dann sollte man nicht zögern, sich zu entschuldigen. „Nichts wirkt versöhnlicher als das Wort „Entschuldigung““, weiß Viktoria Hausegger. Wenn nicht klar ist, wo die Schuld liegt, kann man mit dem Satz „Es tut mir Leid“ die Wogen glätten. Besteht der Verdacht, dass der Kunde eine Mitschuld an dem Vorfall trägt, so sollte ihm das dennoch nicht vorgeworfen werden.

Gemeinsam Lösung suchen

Im nächsten Schritt geht es darum, nach einer Lösung zu suchen. Beziehen Sie Ihren Kunden in die Lösungssuche mit ein, bitten Sie ihn um Vorschläge und, wenn Sie sich geeinigt haben, um Feedback. Für das gesamte Apotheken-Team ist es wichtig zu wissen, dass es beim Beschwerdema-

nagement nicht darum geht zu klären, wer Recht hat und wer nicht, sondern darum, „den Kunden nicht zu verlieren“, betont Viktoria Hausegger.

Nicht jedes Problem lässt sich sofort lösen. Das gilt es dann, im Gespräch mit dem Kunden ehrlich einzugestehen. „Manchmal lässt sich eine unangenehme Situation auch durch Entgegenkommen bei einer anderen Angelegenheit kompensieren“, schlägt Viktoria Hausegger vor.

Im Sinne eines aktiven Qualitätsmanagements lohnt es sich, über Beschwerden und Reklamationen Buch zu führen und geeignete Maßnahmen in die Optimierung der Abläufe in der Apotheke einfließen zu lassen. Genauso wichtig ist es übrigens, Kundenlob zu dokumentieren, um die daraus erkennbaren Stärken der Apotheke künftig noch zu betonen.



© Christopher Hall - Fotolia.com

Tipp: Informationen zu den Trainingsangeboten für Apotheken von **Viktoria Hausegger** erhält man auf der Website www.mehrwertmarketing.at per E-Mail unter office@mehrwertmarketing.at, sowie telefonisch unter +43 664 460 16 35.