

Beschwerdemanagement

Ein Instrument der Kundenorientierung

Ziel : Der Begriff „Beschwerde“ weckt unangenehme Assoziationen, da Beschwerden noch nie eine positive Bedeutung gehabt haben. Eine Beschwerde ist ein sichtbarer Ausdruck von Unzufriedenheit und damit möchten die meisten Unternehmen lieber nicht in Berührung kommen. Kein Wunder also, daß niemand gerne Beschwerden erhält. In diesem Seminar lernen die Teilnehmer, dass eine effektive Behandlung von Beschwerden und eine rasche Serviceerneuerung die beste Gelegenheit sind, zu zeigen, daß sie kundenorientiert handeln.

Inhalt : Kundenbeschwerden sind ein „Geschenk“ an das Unternehmen. Die Botschaften, die sie vermitteln, enthalten lebenswichtige Informationen für jedes Unternehmen. Sie stellen einen Feedbackmechanismus dar, der Organisationen schnell und kostensparend hilft, Produkte bzw. Dienstleistungen so zu verändern, daß dem Bedarf der Kunden entsprochen wird. Inhaltspunkte dieses Seminars sind daher :

- ☞ Ziele und Nutzen eines Beschwerdemanagements
- ☞ Aufgaben des Beschwerdemanagements
- ☞ Konsequenzen der Beschwerde
- ☞ Organisation des Beschwerdemanagements
- ☞ Einführung von Beschwerdemanagement
- ☞ Die Rolle der Mitarbeiter beim Beschwerdemanagement

Methoden : Es wird eine breite Palette von Vermittlungstechniken eingesetzt : Theorievermittlung, praktische Übungen, Erfahrungsaustausch. Neben der Information wird Wert auf eine wirkungsvolle Aneignung der Seminarinhalte durch aktives Lernen gelegt. Umfangreiche Einzel- und Kleingruppenarbeit ermöglichen echte Lernfortschritte. Ausführliche Seminarunterlagen.

Zielgruppe : Mitarbeiter aller Ebenen

Teilnehmer : maximal 18

Dauer : 2 Tage à 8 Stunden



Beschwerdemanagement

Ein Instrument der Kundenorientierung



Seminarunterlagen

Inhaltsverzeichnis

1.	Warum das Management von Beschwerden ?	2
1.1	Unzufriedenheit und ihre Auswirkungen	3
1.2	Ziele und Nutzen eines Beschwerdemanagements	8
2.	Aufgaben des Beschwerdemanagements	9
2.1	Unzufriedenheit entdecken	9
2.2	Beschwerdestimulierung	10
2.3	Beschwerdeannahmen	11
2.4	Beschwerdeerfassung	20
2.5	Beschwerdebearbeitung	22
2.6	Beschwerdeauswertung	23
2.7	Konsequenzen der Beschwerde	24
3.	Organisation des Beschwerdemanagements	25
3.1	Position des Beschwerdemanagements	25
3.2	Organisatorische Aufgaben einer Beschwerdestelle	26
4.	Einführung von Beschwerdemanagement	28
4.1	Den aktuellen Stand überprüfen	28
4.2	Die richtigen Ziele bestimmen	28
4.3	Die Rolle der Mitarbeiter beim Beschwerdemanagement	29

1. Warum das Management von Beschwerden ?

Der Begriff „Beschwerde“ weckt unangenehme Assoziationen, da Beschwerden noch nie eine positive Bedeutung gehabt haben. Eine Beschwerde ist ein sichtbarer Ausdruck von Unzufriedenheit und damit möchten die meisten Unternehmen lieber nicht in Berührung kommen. Kein Wunder also, daß niemand gerne Beschwerden erhält. Doch ist eine effektive Behandlung von Beschwerden und eine rasche Serviceerneuerung für viele Unternehmen die beste Gelegenheit, zu zeigen, daß sie kundenorientiert handeln.

Kundenbeschwerden sind ein „Geschenk“ an das Unternehmen. Die Botschaften, die sie vermitteln, enthalten lebenswichtige Informationen für jedes Unternehmen. Sie stellen einen Feedbackmechanismus dar, der Organisationen schnell und kostensparend hilft, Produkte bzw. Dienstleistungen so zu verändern, daß dem Bedarf der Kunden entsprochen wird.



Kundenorientierung ist zum Schlagwort geworden. Doch was ist dies eigentlich ? Kundenorientierung bedeutet, daß sich ein Unternehmen ganz an den Ansprüchen seiner Kunden orientiert. Ziel von Kundenorientierung ist, die Bedürfnisse und Wünsche der „Kunden“ so zu befriedigen, daß sie dem Unternehmen die Treue halten und gerne wiederkommen. Ein kundenorientiertes Unternehmen stellt sich folgende Fragen :

- Wer sind unsere Kunden ?
- Was möchten unsere Kunden ?
- Was kann unser Unternehmen tun, um die Erwartungen und Ansprüche der Kunden zu erfüllen ?
- Was tut die Konkurrenz für unsere Kunden und können wir das besser tun ?

Kundenservice ist also eine emotionale, subjektive Erfahrung. Dieselbe Dienstleistung kann von zwei verschiedenen Kunden entweder als exzellent oder als völlig untragbar beurteilt werden. In diesem Zusammenhang ist ein Beschwerdemanagement ein zentraler Bestandteil einer Kundenbindungsstrategie, die vor allem für Unternehmen von entscheidender Bedeutung ist, die auf gesättigten Märkten agieren.