



DIF

EINLADUNG zum INTENSIV-SEMINAR

- mit WORKSHOP -

Sie erhalten

Praxis-
hinweise

und

Handlungs-
anleitungen

wie Sie

Kunden-
Reklamationen

positiv

für Ihr
Unternehmen

umsetzen !



KUNDEN- REKLAMATION

als

CHANCE

für

hohe Kundenzufriedenheit

und

enge Kundenbindung

14. und 15. März 2005
FESTUNG MARIENBERG
D-97082 WÜRZBURG

Deutsches IndustrieForum für Technologie

Internet: <http://www.dif.de>

e-Mail: info@dif.de



Thema

Kundenreklamation als Chance für eine hohe Kundenzufriedenheit und enge Kundenbindung

Leitung: **Dr. Rainer Bieker**

DR. BIEKER CONSULTING, Köln

Durch eine geschickte **effektive Reklamationsstrategie** können Sie beweisen, dass Sie es mit dem Kundenservice wirklich ernst meinen. Sie verfügen damit über ein wirksames Instrument, um sich gegenüber Konkurrenten zu profilieren, durchzusetzen und die Marktstellung auszubauen.

► **Eine gute Reklamationspolitik ist für ein Unternehmen keine Kostenbelastung, sondern bringt Gewinn, denn Sie stellen damit eine hohe Kundenzufriedenheit sicher und erreichen dadurch eine enge Kundenbindung.**

Das Seminar zeigt auf, wie man mit verschiedenen Arten von Reklamationen umgeht. Dabei wird deutlich gemacht, wie die einzelnen **Reklamations-Instrumente effizient eingesetzt** werden. Zusätzlich werden **Praxishinweise** gegeben, **wie ein Unternehmen eine spezifische Reklamations-Strategie entwickeln und umsetzen kann.**

Programmfolge

0. Begrüßung und Ist-Aufnahme der Problemstellung der Teilnehmer

1. Reaktionen unzufriedener Kunden

- Kundenorientierung - Der zentrale Wettbewerbsfaktor
- Nur wenige der unzufriedenen Kunden beschwerten sich
- Reklamationsarten
- Der Umsatzverlust durch unzufriedene Kunden
- Messung von Kundenunzufriedenheit
- Mundpropaganda und Firmenimage

Pause: Kaffee + Tee

2. Die Reklamation als Chance

- Ziele und Aufgaben des Reklamations-Managements
- Hinweis auf Kundenbedürfnisse
- Mittel zur Kundenbindung
- Instrument der Marktforschung
- Stimulation von Reklamationen

3. Verhalten und Ansprüche unzufriedener Kunden

- Welche Kunden beschwerten sich
- Warum sich die meisten Kunden nicht beschwerten

- Was machen Kunden, die sich nicht beschweren
- Was wollen die Kunden bei einer Reklamation

Gemeinsamer Mittagstisch

4. Instrumente einer aktiven Reklamations-Politik

- Hotlines und gebührenfreie Telefonnummern
- Mündliche Beschwerden direkt an die richtige Person leiten
- Vereinfachung schriftlicher Beschwerden
- Befragung zu Reklamationen richtig abwickeln

Pause: Kaffee + Tee

5. Wie führt man ein Reklamationsgespräch?

- **Rollenspiel:** Ein Reklamations-Gespräch
- Phasen eines Reklamationsgespräches
- Der Abbau von Aggressionen
- Persönliche Angriffe und wie man darauf reagiert
- Hintergründe für die Reklamation aufdecken
- Enttäuschte Kunden in Partner verwandeln
- Verhalten bei ungerechtfertigten Reklamationen

6. Rollenspiele „Reklamations-Gespräch“

- Das „normale“ Reklamationsgespräch
- Gespräche mit problematischen Kunden
- Problemfälle aus dem Teilnehmerkreis

Ende des 1. Veranstaltungstages gegen 18.00 Uhr

ABENDVERANSTALTUNG ab 19.00 Uhr

Zum Ausklang des ersten Veranstaltungstages hat das **Deutsche IndustrieForum für Technologie** exklusiv in **Würzburg** eine **Weinprobe mit Weinkommentar** organisiert.

7. Reaktion auf schriftliche Reklamationen

- Wie sieht die Praxis bei der Reklamationsbeantwortung aus
- Verhalten während der Beschwerdebearbeitung
- Wie sieht ein Antwortschreiben auf eine Reklamation aus

8. Verhalten bei Drohungen des Kunden

- Drohung, die Geschäftsbeziehung zu beenden
- Drohung, die Rechnung nicht oder nur teilweise zu bezahlen
- Drohung, die Presse einzuschalten
- Drohung, sich bei Vorgesetzten zu beschweren
- Drohung, rechtliche Schritte einzuleiten

9. Dokumentation und Auswertung von Reklamationen

- Erfassung von Reklamationen
- Quantitative Reklamationsanalysen
- Qualitative Reklamationsanalysen
- Reklamations-Reports
- Wer wird über Reklamationen informiert

Pause: Kaffee + Tee

10. Ansatzpunkte zur Senkung der Reklamationen

- Durchführung von Kundenanalysen: Was erwartet der Kunde?
- Voraussetzungen für die schnelle Ursachenbeseitigung
- Information beugt Reklamationen vor
- Verpflichtung von Lieferanten und Vertriebspartnern

11. Bearbeitung von Reklamationen

- Wie gestaltet sich der Bearbeitungsprozess
- Verantwortungsbereiche und Bearbeitungsstermine
- Interne und externe Kommunikationsprozesse

12. Reklamationen als Ansatzpunkt für Zusatzumsatz

- Der Kunde gibt Anregungen für Innovationen und zusätzliche Service-Leistungen
- Umsetzung der Kundenhinweise

13. Organisation des Reklamations-Managements

- Zentrale oder dezentrale Reklamations-Abteilung
- Funktionen der Reklamations-Abteilungen
- Personelle Besetzung und Qualifikation der Mitarbeiter
- Anreizsysteme für Mitarbeiter

Gemeinsamer Mittagstisch

14. Effizientes Beschwerdemanagement durch IT Unterstützung

Stephan Gemm, Beratungsleiter CRM / SRM / Portale
STEEB ANWENDUNGSSYSTEME GMBH, Abstatt

- Unterstützung von verschiedenen Interaktionskanälen
- Support durch Wissensdatenbanken
- Integration in den Vertriebszyklus

Pause: Kaffee + Tee

Workshop

15. Integrieren Sie Reklamationen in Ihre Marketing-Strategie

- Warum die Marketing-Strategie die Reklamationspolitik bestimmt
- Vernetzung der Reklamationspolitik mit den übrigen marketingstrategischen Instrumenten
- Die besondere Bedeutung der Kommunikationspolitik für eine effiziente Reklamationspolitik

Workshop

16. Wie Sie die Reklamationsfreundlichkeit Ihres Unternehmens erhöhen

- Unterstützung der Geschäftsleitung sicherstellen
- Bildung eines Reklamations-Projektteams
- Messung der Reklamationsfreundlichkeit
- Vom Reklamations-Handling zum Reklamations-Management
- Motivation und Schulung der Beteiligten
- Reklamations-Controlling

Ende der Veranstaltung gegen 16.00 Uhr

Referenten

Dr. Rainer Bieker

DR. BIEKER CONSULTING

Rinderweg 5
D-51109 Köln

Dr. Rainer Bieker studierte BWL an der Uni Köln mit den Schwerpunkten **Marketing** und **Produktionswirtschaft**. Anschließend promovierte er zum Thema "High-Tech-Marketing". Nach dem Studium begann er bei einer der führenden deutschen Venture Capital-Gesellschaften. Danach war er mit Stabsaufgaben und Projektmanagement-Tätigkeiten auf Großkonzern-Ebene beauftragt. Heute unterstützt er als selbständiger Berater vor allem technologieorientierte Unternehmen bei der Erarbeitung und Umsetzung ihrer Marketing-Strategie. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen: **Marketing** und **Service** sowie **High-Tech-** und **Innovations-Management**.

Stephan Gemm

STEEB ANWENDUNGSSYSTEME GMBH

- Ein Unternehmen der SAP AG -

Heilbronner Str. 4
D-74232 Abstatt

Herr Gemm ist Beratungsleiter für - CRM / SRM / Portale - der Steeb Anwendungssysteme GmbH, einer 100% Tochter der SAP AG, die den deutschsprachigen Mittelstand für die SAP betreut. Zu seinen Beratungsschwerpunkten zählen neben den SAP Applikationen vornehmlich Prozess-Optimierungen und IT-Strategieberatungen.

Vorteile für Ihre betriebliche Praxis !

- ▶ Sie lernen, auch mit kritischen Beschwerdesituationen umzugehen
- ▶ Sie nutzen praxiserprobte Methoden zur Bearbeitung von mündlichen und schriftlichen Beschwerden
- ▶ Sie erhöhen durch ein effizientes Reklamations-Management die Qualität Ihrer Reklamationsabteilung, senken damit die Reklamationshäufigkeit und vermeiden somit Umsatzverluste
- ▶ Sie wandeln enttäuschte Kunden zu Partnern um
- ▶ Sie schaffen sich ein aussagefähiges Instrument zur Markterforschung
- ▶ Sie erhöhen die Wertvorstellungen über Ihr Unternehmen beim Kunden
- ▶ Sie profitieren von einer stabilen Kundenbindung
- ▶ In den Workshops werden
 - die Ziele Ihrer Reklamations-Strategie festgelegt,
 - eine Reklamations-Strategie und
 - ein konkreter Maßnahmen-Katalog erarbeitet,sodass Sie in die Lage versetzt werden, mit Hilfe der Anregungen, Hinweise und Strategien aus diesem Seminar, eine für Ihr Unternehmen maßgeschneiderte, wirkungsvolle Reklamations-Strategie zu entwickeln und umzusetzen

Einzelheiten zur Teilnahme

Anmeldung

Bitte anhängenden Anmeldeabschnitt ausfüllen und

- **per Fax 0 21 52 / 51 82 21** ➤ **per Post an:**
Deutsches Industrieforum für Technologie
Postfach 10 02 15 47879 Kempen

Füllen Sie bitte für jeden Teilnehmer eine Anmeldung aus. Bei mehreren Teilnehmern bitte Kopien verwenden.

- **per e-Mail: info@dif.de** ➤ **per Internet: <http://www.dif.de>**
Die Teilnahme an der Veranstaltung wird durch Zusenden des Anmeldebeleges und der Rechnung bestätigt.

DIF-Berichte **PowerPoint-Inhalt** auf CD Teilnehmergebühr

Die Teilnehmer erhalten alle Vorträge in Form eines Handbuches und eine CD, sofern PowerPoint-Präsentationen vorliegen. Diese Unterlagen erhalten Sie im Tagungsbüro am Veranstaltungsort ausgehändigt. **Die Teilnehmergebühr beträgt EUR 980,- (plus MwSt.).** Der Betrag enthält die **Teilnehmerunterlagen**, den **Mittagstisch**, die **Abend-Veranstaltung** sowie die **Erfrischungsgetränke** in den Pausen.

Überweisung der Teilnehmergebühr erbitten wir nach Rechnungsstellung auf eines unserer Konten:

Sparkasse	Commerzbank	Postgirokonto
Krefeld	Kempen	Essen
BLZ 320 500 00	BLZ 320 400 24	BLZ 360 100 43
Konto-Nr. 11 039 443	Konto-Nr. 2 209 575	Konto-Nr. 306 657-439

Bei Stornierung einer Anmeldung bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn beträgt die Gebühr für unseren Verwaltungsaufwand EUR 80,- (plus MwSt.). Nach diesem Termin berechnen wir die Teilnehmergebühr in voller Höhe. In diesem Fall senden wir Ihnen das Handbuch nach der Veranstaltung kostenfrei zu.

Termin / Durchführungsort

14. und 15. März 2005

FESTUNG MARIENBERG

- Tagungszentrum Hofstuben

D-97082 WÜRZBURG

Unterkunft

HOTEL WITTELSBACHER HÖH Tel. 0931/42085 Fax 0931/415458
HOTEL AMBERGER Tel. 0931/35100 Fax 0931/3510800

In diesen Hotels haben wir für Sie unter dem **Stichwort „IndustrieForum“** Zimmer zu einem **Sonderpreis** vorreserviert.

Bitte rufen Sie Ihr Zimmer bis spätestens 2 Wochen vor Veranstaltungsbeginn selbst ab.

Auskunft / DIF

Für Auskünfte stehen Ihnen die Mitarbeiter unseres Sekretariates zur Verfügung.

Tel. 0 21 52 / 10 15 und 10 16 – Telefax 0 21 52 / 51 82 21
Internet: <http://www.dif.de> e-Mail: info@dif.de

Teilnehmerkreis

- **Leiter und Mitarbeiter aus Reklamationsabteilungen**
- **Mitarbeiter aus den Bereichen**
 - Technischer Kundendienst
 - Service - Wartung - Instandhaltung
 - Anwendungstechnik
- **Verantwortliche aus den Bereichen**
 - Montageleitung - Inbetriebnahme
 - Produktabnahme
- **Vertriebsingenieure**
- **Technische Verkäufer**
- **Projektmanager**
- **Mitarbeiter mit Kundenkontakten aus dem Innen- und Außendienst**

► **Hinweis:** Nach der Bewertungsskala 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) erhielt das letzte Seminar die Note: 2



Bitte im Fensterumschlag zurückschicken.

**Deutsches Industrieforum
für Technologie**

Dipl.-Ing. Dieter Mattigkeit
Postfach 10 02 15

D-47879 Kempen

FIRMA		(RECHNUNGSEMPFÄNGER)	
ABTEILUNG	TELEFON	E-MAIL	
TITEL	VORNAME / NACHNAME		
POSTLEITZAHL	STRASSE / HAUSNUMMER		
LAND	POSTLEITZAHL	POSTFACH	ORT

Wenn unzustellbar, zurück an Absender

ANMELDUNG
Bitte ankreuzen
JA NEIN

Veranstaltungs-Nr.

50 - 26 - 16

KUNDEN-REKLAMATION

14. und 15. März 2005
WÜRZBURG

Bei mehreren Teilnehmern
bitte Kopien dieses Anmel-
deabschnittes verwenden.

Rechnungs-Nr.

Bitte tragen Sie Anschriftenänderungen direkt in diesen Aufkleber ein.

Optimierung Programmversand · Per Fax zurück an 0 21 52 - 51 82 21

- POSTVERSAND** ca. 3 Monate vor Veranstaltungsbeginn
 - Wie bisher - an Ihre Firma mit Abteilungsangabe**
 - ▶ Ihre Firma erhält nur **sporadisch** das eine oder andere Programm
 - An eine Person** – bitte Vor-/Nachname, Abteilung angeben
 - ▶ Diese Person erhält **1, max. 2 Briefe pro Halbjahr**. Mit diesen Seminareinladungen in Kurzform ist der **Überblick über das gesamte Weiterbildungsangebot** gegeben
- E-MAIL-VERSAND** als pdf-Dokument ca. 6 Monate vor Veranstaltungsbeginn
 - An eine Person**, z.B. die für die Aus- und Weiterbildung zuständig ist
E-Mail-Adresse _____
- POST - und E-MAIL-VERSAND**
 - An obige Person**