



# Communication Newsletter

Oktober 2009

## In dieser Ausgabe

**Wenn der Kunde wieder lästig ist...**

**Es ist vollbracht!**

**Hot Text - Business Schreiben mit Pep**

Liebe Frau Muschitz-Fink!

Herzlich Willkommen beim neuen Communication-Newsletter. **Was tun wenn Kunden reklamieren?** Wie Sie Kundenbeschwerden behandeln und damit Kunden von Ihrem Unternehmen überzeugen, darum geht es diesen Monat im Newsletter.

Viel Spaß beim Lesen wünscht  
Ihre  
Michaela Muschitz

## Quick Links

[Beratung](#)  
[Trainings](#)

:: +43/664/234 23 67

## Wenn der Kunde wieder lästig ist...

In meinem letzten Schreibseminar tauchte die Frage auf - was tun, wenn der Kunde reklamiert?

Meine Antwort darauf war: Danke sagen. Die Überraschung der Teilnehmer war groß. Eine Beschwerde ist so ziemlich das Beste, was Ihnen passieren kann. Warum? Weil der Kunde Ihnen die Chance gibt einen Fehler oder Mangel wieder gut zu machen. Nur ein sehr geringer Prozentsatz an Kunden, die mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung unzufrieden sind, melden Ihnen das zurück. Der weitaus größere Teil nimmt das schweigend hin, wird aber wahrscheinlich nicht mehr bei Ihnen kaufen, da er unzufrieden war.

**Wenn sich also ein Kunde die Arbeit antut Ihnen zu sagen, was für ihn nicht passt, dann sagen Sie danke** - denn eine Beschwerde ist ein Geschenk. Der Kunde gibt Ihnen die Gelegenheit den Mangel zu beheben. Wenn Sie es geschickt anstellen, können Sie aus einem unzufriedenen Kunden sogar einen begeisterten Fan machen. Indem Sie bei der Reklamationsbearbeitung den Kunden nicht nur erst nehmen, sondern sogar seine Erwartungen übertreffen. Gehen Sie diese Extra-Meile, um den Kunden wieder von Ihrem Unternehmen, Ihrem Produkt und Ihrer Qualität zu überzeugen.

Studien zeigen, dass ein zufriedener Kunde einer Person von seinen positiven Erfahrungen mit einem Unternehmen erzählt. Ein unzufriedener Kunde wird jedoch bis zu 10 Personen von seinen negativen Erfahrungen berichten. **Was ist Ihnen lieber? Einmal positive Werbung oder zehnmal negative Werbung?**

Tun Sie Kundenreklamationen daher nicht als lästiges Übel ab. Nehmen Sie den Kunden ernst und schauen Sie genau hin, auf welche Schwachstelle Sie die Reklamation oder Beschwerde hinweist. Kann das verwendete Material verbessert werden? Oder Ihr Service? Weist der Kunde auf eine Schwachstelle in den internen Abläufen hin?

Behandeln Sie Reklamationen daher nicht das Stiefkind der Kundenkommunikation, sondern rücken Sie diese in den Fokus. Ob die Reklamation berechtigt ist oder nicht, beachten Sie dabei folgendes:

- Nehmen Sie die Reklamation ernst.
- Bleiben Sie höflich!
- Bedanken Sie sich für die Mühe des Kunden - er hat sie auf eine Schwachstelle hingewiesen.
- Bieten Sie eine Lösung an.
- Antworten Sie auf schriftliche Reklamationen rasch. Dauert die Beantwortung der Reklamation länger, informieren Sie Ihren Kunden. Bedanken Sie sich für die Beschwerde und teilen Sie mit bis wann Sie eine Lösung dafür haben werden.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Erfolg beim Lernen aus Kundenreklamationen!

Ihre

Michaela Muschitz

## Es ist vollbracht!

Danke an all jene, die mitgefiebert und nachgefragt haben - mein Buch ist fertig und am 15.10. an den Gabal Verlag gegangen. In den nächsten Tagen wird die Covergestaltung mit dem Verlag besprochen und die Verlagsvorschau gestaltet. Dem **Erscheinungstermin März/April 2010** steht somit nichts mehr im Weg.

## Hot Text - Business schreiben mit Pep

Mit Texten aufzufallen wird im Informationszeitalter immer wichtiger. Doch wie bekommt ein Angebot Pepp? Wie wecke ich die Neugier des Kunden? Wie komme ich rasch auf den Punkt?

### Gute Angebote schreiben ist lernbar

In diesem Workshop verfassen die TeilnehmerInnen E-Mails, Angebote und Briefe an KundInnen. Sie bekommen Tipps, wie Ihre Texte verständlicher werden und den LeserInnen schnell klar machen, worum es geht oder was sie tun sollen. Ziel des Workshops ist es, prägnante und ansprechende Texte in kurzer Zeit zu verfassen.

### Was Sie erwartet:

An vier Halbtagen werden neue Schreibmethoden aus den USA vermittelt. Die TeilnehmerInnen lernen, wie sie Ideen für ihre Texte sammeln, eine gute Struktur aufbauen und rasch auch größere Textmengen zu Papier bringen können. Sie üben alle Methoden an eigenen Textprojekten und bekommen in der Kleingruppe Tipps, wie sie Texte peppiger formulieren können.

### Inhalte:

- Kreative Schreibmethoden um rasch Texte zu verfassen
- Ziele eines Textes
- Die Sprache der KundInnen sprechen
- Klare Formulierungen statt Wort-Müll
- Aufbau von Angeboten, E-Mail, Berichten u.v.m.

### Geeignet für:

Menschen, die beruflich viel schreiben und einen frischen Zugang zu überzeugenden Texten suchen.

**Dauer:** 4 Halbtage, jeweils Fr 14 bis 18 Uhr & Sa 9 bis 13 Uhr

**Ort:** writers´studio, Kaiserstr. 45

**Termine:** 13./14. November und 27./28. November 2009

**Seminargebühr:** EUR 598,- (inkl. USt.)

**Trainerin:** Michaela Muschitz

**Mehr Infos zum Workshop gibt es beim kostenlosen Infoabend am 2.11.2009 um 18:30 im writersstudio.**

Anmeldungen bitte an [seminare@writersstudio.at](mailto:seminare@writersstudio.at)

### [Newsletter weiterleiten](#)

 **SafeUnsubscribe®**

E-Mail-Empfänger: [m.muschitz-fink@kabsi.at](mailto:m.muschitz-fink@kabsi.at), E-Mail-Absender: [hafen@lighthouse-coaching.at](mailto:hafen@lighthouse-coaching.at)

[Profil/E-Mail-Adresse aktualisieren](#) | Sofort aus Verteiler löschen mit [SafeUnsubscribe™](#) | [Datenschutzrichtlinien](#).

Email Marketing by



Lighthouse Coaching & Communication | Amerlingstr. 1/11 | Wien | 1060 | Austria