

Aus Ärger wird Vertrauen.

Wie du aus jeder Beschwerde in wenigen Minuten einen zufriedenen Stammkunden machst – mit System, den richtigen Worten und smarten KI-Prompts für deinen Alltag im Verkauf.

14

Praxis-Module

24

KI-Prompts

20

Praxis-Übungen

Inhalt & Wegweiser

Dieses Workbook ist in kurze, in sich abgeschlossene Module gegliedert. Du musst es nicht von vorne bis hinten lesen – such dir das Modul, das gerade zu deiner Situation passt, und wende es sofort im nächsten Kundengespräch an.

01	Warum Reklamationen Gold wert sind	3
02	Kundenorientierung geht alle an	6
03	Warum Kunden schweigen – und was das kostet	9
04	Die 10 Erfolgsregeln im Kundenkontakt	12
05	Konflikte entschärfen, bevor sie eskalieren	14
06	Woher Reklamationen wirklich kommen	17
07	Die Fragetechnik-Toolbox	19
08	Sprache, die wirkt	22
09	Vom Ärger zur Zustimmung – die 4-Schritte-Methode	24
10	Einwände souverän meistern	26
11	Systematisch zur Lösung: Telefon & Brief	29
12	Praxis-Werkstatt: Übungsblätter	32
13	KI als Sparringspartner – deine Prompt-Bibliothek	37
14	Dein Transfer-Tracker	41

▲ So liest du die Symbole in diesem Workbook

» **Praxis-Impuls** — Kernaussage zum sofort Anwenden

✓ **Chance** — was du dadurch gewinnst

⚠ **Fehlvermeidung** — typische Stolperfallen

⚙ **KI-Prompt** — fertiger Prompt zum Anpassen

☑ **Übung** — zum Ausfüllen und Reflektieren

★ **Merksatz** — der rote Faden des Moduls

Warum Reklamationen Gold wert sind

Beschwerden gehören zum Geschäftsalltag – die Frage ist nur, ob du sie als Last oder als kostenlose Unternehmensberatung deiner Kundschaft betrachtest.

Zwei Begriffe, ein Ziel

Eine **Reklamation** liegt vor, wenn ein Produkt oder eine Dienstleistung nicht die zugesagte oder erwartete Leistung erbringt – daraus entsteht ein Anspruch, notfalls auch auf dem Rechtsweg. Eine **Beschwerde** entsteht durch einen unerwünschten Umstand, oft ausgelöst durch Verhalten, Kommunikation oder unsachgemäße Handhabung. Sie spielt sich stärker auf der emotionalen Ebene ab und ist deshalb im Umgang oft diffiziler als eine rein sachliche Reklamation. Beide Formen können berechtigt oder unberechtigt sein – für dich zählt zunächst nur eines: Wie du damit umgehst.

✓ Die Chance dahinter

Ziel eines aktiven Reklamations- und Beschwerdemanagements ist es, aus unzufriedenen Kund*innen begeisterte, langfristig gebundene Kund*innen zu machen. Das gelingt, wenn im ganzen Unternehmen Akzeptanz für dieses Thema herrscht, Abläufe transparent sind und alle Beteiligten dafür sensibilisiert sind – auch wenn das Reklamationsaufkommen aktuell gering erscheint. Denn: Auch bei wenigen offenen Beschwerden gibt es meist eine stille Zahl unzufriedener Kund*innen im Hintergrund.

Was Unternehmen laut Erfahrungswerten wirklich Kunden kostet

Die folgenden Werte stammen aus einer häufig zitierten Untersuchung zu Ursachen von Kundenverlusten und dienen als Orientierung, nicht als exakte Kennzahl für jede Branche:

68 %

mangelnder Kundenservice

14 %

Unzufriedenheit mit dem Produkt

9 %

Abwerbung durch Wettbewerb

Die Kernaussage bleibt über alle Branchen hinweg gültig: Nicht das Produkt allein entscheidet über die Kundenbeziehung, sondern was danach passiert – vor allem im Beschwerdefall. Die gute Nachricht: Genau hier kannst du als Verkäufer*in oder Servicekraft den größten Unterschied machen, ganz unabhängig davon, was Produktentwicklung oder Marketing tun.

★ Merksatz

Eine gute Reklamationsbehandlung wirkt wie ein Verstärker für dein Image – zufriedene „Problemfälle“ erzählen ihre positive Erfahrung oft noch überzeugter weiter als Kund*innen, die nie ein Problem hatten.

Sieben Chancen, die in jeder Reklamation stecken

Konstruktive Lösungen finden

Produkt & Leistung verbessern

Partnerschaftlichen Dialog aufbauen

Neues Angebot platzieren

Umdenken im eigenen Haus anstoßen

Kundenbeziehung vertiefen

Kaufentscheidung bestätigen

⚙️ KI-Prompt: Dein persönlicher Chancen-Check

„Ich arbeite im Vertrieb / Service bei **[Branche / Unternehmen einfügen]** und habe folgende wiederkehrende Reklamation erhalten: **[Reklamation kurz beschreiben]**. Zeige mir 5 konkrete Chancen, die in dieser Reklamation für mein Unternehmen stecken könnten, und schlage je einen ersten Schritt vor, wie ich sie nutzen kann.“

→ Nimm dir jetzt 2 Minuten und beantworte die Reflexionsfrage unten.

MODUL 01 / 14

Reflexion: Deine Grundhaltung zu Reklamationen

☑ Übung

Beantworte ehrlich – es gibt keine falschen Antworten, nur ehrliche Ausgangspunkte:

1. Wie fühlst du dich aktuell, wenn ein Kunde sich beschwert?

2. Welche der sieben Chancen oben nutzt du bereits aktiv – welche noch nicht?

3. Was würde sich für dich persönlich ändern, wenn du Reklamationen künftig als „kostenlose Beratung“ statt als Störung siehst?

„Aus Erfahrung – aber auch aus Beschwerden und Reklamationen – wird man klug.“

— Leitgedanke dieses Workbooks

⚠ Fehlervermeidung

Der größte Fehler ist nicht die schlecht behandelte Reklamation – es ist die Reklamation, die gar nicht erst geäußert wird. Schweigende Unzufriedenheit ist teurer als jede laute Beschwerde, denn sie verschwindet nicht – sie wandert nur leise zur Konkurrenz. Mehr dazu in Modul 03.

Kundenorientierung geht alle an

Bevor du eine Reklamation lösen kannst, solltest du verstehen, mit wem du es eigentlich zu tun hast – und was für diese Person „Zufriedenheit“ überhaupt bedeutet.

Welche Rolle nimmt dein Kunde gerade ein?

Besonders im B2B-Kontext kauft selten „eine Person“ allein – meist wirken mehrere Rollen zusammen. Wenn du eine Reklamation bearbeitest, hilft es zu wissen, mit welcher Rolle du gerade sprichst:

Rolle	Aufgabe im Kaufprozess
Entscheider*in	Entscheidet aufgrund formaler oder informeller Autorität über den Auftrag
Beeinflusser*in	Hat keine formale Macht, aber inhaltlichen Einfluss auf die Entscheidung
Einkäufer*in	Wählt Anbieter nach formalen Kriterien aus, schließt den Kauf ab
Informationsfilter	Steuert, welche Informationen wohin fließen (auch „Gatekeeper“ genannt)
Nutzer*in	Arbeitet täglich mit dem Produkt und meldet Probleme oft zuerst

» Praxis-Impuls

Reklamiert die **Nutzerin** eines Produkts, braucht sie meist eine schnelle, pragmatische Lösung. Reklamiert der **Einkäufer**, geht es oft zusätzlich um Konditionen, Fristen und die Beziehung zum nächsten Auftrag. Passe Ton und Argumentation entsprechend an.

Die Formel für Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit ist im Kern ein Vergleich: das, was jemand **erwartet** hat, gegen das, was er oder sie tatsächlich **erhalten** hat. Diese Erwartung setzt sich zusammen aus dem individuellen Anspruchsniveau, dem Image deines Unternehmens, zugesicherten Leistungen, eigenen Erfahrungen und dem, was der Markt gerade an Alternativen bietet.

★ Merksatz

Zufriedenheit = erhaltene Leistung **minus** erwartete Leistung. Jede Reklamation zeigt dir eine Lücke zwischen beidem – und genau diese Lücke kannst du im Gespräch schließen.

Jeder Kontakt ist ein „Augenblick der Wahrheit“

Der ehemalige Chef der Fluggesellschaft SAS, Jan Carlzon, prägte den Begriff der „Augenblicke der Wahrheit“: Jeder einzelne Kundenkontakt formt das Bild, das sich jemand von deinem Unternehmen macht – im positiven wie im negativen Sinn. Ein Reklamationsgespräch ist einer der kritischsten dieser Momente, weil hier besonders viel auf dem Spiel steht.

Jeder Kundenkontakt ist ein Augenblick der Wahrheit, in dem sich der Kunde seine Meinung über uns bildet.

— sinngemäß nach Jan Carlzon, ehem. CEO Scandinavian Airlines

Reflexion: Deine „Augenblicke der Wahrheit“

☑ Übung

1. Wie viele kritische Kundenkontakte hast du persönlich ungefähr pro Woche?

2. Wie viele davon verlaufen aus deiner Sicht wirklich gut – weißt du das sicher, oder hoffst du es nur?

3. An welcher Stelle in deinem Kundenkontakt entsteht am häufigsten eine Erwartungslücke?

⚙ KI-Prompt: Erwartungslücken sichtbar machen

„Ich arbeite als **[Rolle, z. B. Vertriebsmitarbeiter*in]** bei **[Branche / Unternehmen]**. Meine Kund*innen erwarten typischerweise **[typische Erwartung einfügen]**, tatsächlich erhalten sie aber häufig **[tatsächliche Erfahrung einfügen]**. Analysiere diese Lücke und schlage 3 konkrete Formulierungen vor, mit denen ich sie im Kundengespräch offen ansprechen kann, ohne mein Unternehmen schlechtzureden.“

⚠ Fehlvermeidung

Verwechsle „Kunde meldet sich nicht“ nicht mit „Kunde ist zufrieden“. Viele Menschen äußern Unzufriedenheit nie direkt – dazu mehr im nächsten Modul.

→ Weiter mit Modul 03: Warum Kunden schweigen – und was das kostet.

MODUL 02 / 14

Warum Kunden schweigen – und was das kostet

Der Großteil der Unzufriedenheit in deinem Kundenstamm ist vermutlich unsichtbar.
Das ist keine gute Nachricht – aber ein riesiger Hebel, wenn du aktiv wirst.

Überlege kurz: Wann warst du zuletzt als Kunde selbst unzufrieden – und hast du dich beschwert, direkt bei der zuständigen Person oder bei der Geschäftsleitung? Falls ja, gehörst du zu einer kleinen Minderheit. Erfahrungswerte aus der Kundenforschung legen nahe, dass sich nur ein Bruchteil unzufriedener Kund*innen tatsächlich meldet.

★ Merksatz – die „4-Prozent-Faustregel“

Ein oft genutzter Erfahrungswert in der Beschwerdeforschung: Von 100 unzufriedenen Kund*innen beschweren sich nur etwa 4. Auf jede Reklamation, die bei dir ankommt, können also grob 25 weitere unzufriedene Kund*innen kommen, die schweigend abwandern. Behandle diese Faustregel als Orientierung, nicht als exakte Kennzahl für deine Branche.

Und was passiert mit dem Schweigen?

Es verschwindet nicht – es wird weitererzählt. Nach gängigen Erfahrungswerten aus dem Servicebereich gilt ungefähr:

3–5

Personen hören von einer

Erfahrung

10–15

Personen hören von einer

Erfahrung

Negative Erfahrungen verbreiten sich also deutlich weiter als positive – und das war schon vor Social Media so. Heute kann eine einzige schlecht gelöste Reklamation über eine Bewertung oder einen Post ein Vielfaches an Reichweite erreichen. Umso wichtiger, aktiv nachzufragen, statt zu warten.

Warum sich Kund*innen NICHT beschweren

Schlechte frühere Erfahrung

Unklare Ursache

Angst vor Bloßstellung

Scheu vor Konflikt

Erwartete Mehrarbeit

Angst vor eigenem „Versagen“

Diese Gründe solltest du nie direkt ansprechen – geschicktes Nachfragen genügt, damit sich niemand persönlich angegriffen fühlt.

⚙️ KI-Prompt: Stille Unzufriedenheit aufdecken

„Entwickle 5 kurze, undramatische Nachfragen, die ich **[persönlich / per E-Mail / am Telefon]** bei Kund*innen aus der Branche **[Branche einfügen]** stellen kann, um herauszufinden, ob es unausgesprochene Unzufriedenheit gibt – ohne dass es wie ein Verhör wirkt.“

Übung: Deine persönliche Hochrechnung

☒ Übung

Trage ein, wie viele Reklamationen in deinem Bereich ungefähr pro Monat eingehen, und rechne mit der Faustregel hoch (Anzahl Reklamationen $\times$ 25 = geschätzte tatsächliche Unzufriedenheit):

Reklamationen / Monat

geschätzte tatsächliche Unzufriedenheit

Was überrascht dich an diesem Ergebnis? Was leitest du daraus für dein eigenes Verhalten ab?

→ Weiter mit Modul 04: Die 10 Erfolgsregeln im Kundenkontakt.

MODUL 03 / 14

Die 10 Erfolgsregeln im Kundenkontakt

Diese Regeln verhindern nicht jede Reklamation – aber sie sorgen dafür, dass viele Beschwerden gar nicht erst entstehen und dass du im Ernstfall souverän bleibst.

- 1 **Versprich nur, was du auch halten kannst.** Nichts untergräbt Vertrauen schneller als ein gebrochenes Versprechen.
- 2 **Vermeide Streit mit dem Kunden.** Einen Streit mit einer Kundin oder einem Kunden gewinnst du nie wirklich – auch wenn du sachlich recht hast.
- 3 **Begegne jedem Kunden auf Augenhöhe** – als gleichberechtigtem Partner, nicht als Bittsteller oder „Störfall“.
- 4 **Halte Termine ein.** Warten kostet Vertrauen und wertvolle Zeit deines Gegenübers.
- 5 **Berate aktiv** – warte nicht, bis jemand von sich aus nachfragt.
- 6 **Erarbeite Lösungen gemeinsam** mit dem Kunden, statt sie ihm vorzusetzen.
- 7 **Nimm jede Beschwerde ernst.** Sie ist ein kostenloser Hinweis auf mögliche Schwachstellen.
- 8 **Biete echten Zusatznutzen** – kleine Aufmerksamkeit, Garantien oder besonderen Service.
- 9 **Stelle Kundenorientierung ins Zentrum** deiner täglichen Arbeit, nicht nur in Sonntagsreden.
- 10 **Prüfe Zufriedenheit regelmäßig** – aktiv, nicht erst wenn sich jemand beschwert.

✓ Chance

Jede dieser Regeln kostet dich nichts außer Aufmerksamkeit – aber sie zahlt direkt auf Vertrauen und Weiterempfehlung ein.

⚙️ KI-Prompt: Deine Top-3-Regeln im Alltag verankern

„Ich arbeite als [Rolle] bei [Unternehmen / Branche]. Aus den 10 Erfolgsregeln im Kundenkontakt fallen mir besonders [Regel-Nummern einfügen] schwer. Entwickle je eine konkrete, alltagstaugliche Mini-Routine, mit der ich diese Regeln in den nächsten 14 Tagen automatisch einhalte.“

Selbstcheck: Wo stehst du gerade?

☒ Übung

Kreuze an, wo du dich schon sicher fühlst, und wo noch Luft nach oben ist:

- ☐ Ich verspreche nur, was ich halten kann.
- ☐ Ich vermeide Streitgespräche mit Kund*innen bewusst.
- ☐ Ich behandle jede Kundin / jeden Kunden als gleichwertigen Partner.
- ☐ Ich halte vereinbarte Termine konsequent ein.
- ☐ Ich berate aktiv, statt nur zu reagieren.
- ☐ Ich nehme jede Beschwerde ernst – auch kleine.
- ☐ Ich prüfe Kundenzufriedenheit aktiv und regelmäßig.

☐ Fehlvermeidung

Regeln, die nur „im Kopf“ bekannt sind, aber nie eingeübt wurden, verschwinden im hektischen Alltag als Erstes. Nimm dir für jede Regel, bei der du noch unsicher bist, eine konkrete Alltagssituation vor, in der du sie diese Woche bewusst anwendest.

→ Weiter mit Modul 05: Konflikte entschärfen, bevor sie eskalieren.

MODUL 04 / 14

Konflikte entschärfen, bevor sie eskalieren

Kein Mensch ist vor Konflikten gefeit. Entscheidend ist, wie du in den ersten Sekunden reagierst – danach läuft das Gespräch fast von allein in die richtige oder falsche Richtung.

Regel	So setzt du sie um
1 • Dampf ablassen lassen	„Ich verstehe Ihren Ärger“ ist noch kein Schuldeingeständnis – gib Raum für die erste Welle Frust.
2 • Aktiv zuhören	Nicht unterbrechen. Bestätigende Worte wie „Ja, ich verstehe“ signalisieren echtes Zuhören.
3 • Echtes Interesse zeigen	Frage nach allen Informationen – auch unangenehmen.
4 • Die Person aufwerten	„Es tut mir leid, dass das ausgerechnet Ihnen passiert ist.“
5 • Killerphrasen vermeiden	Nie „Das gibt es nicht“ oder „Das ist unmöglich“ sagen.
6 • Verständnis rückversichern	„Habe ich Sie richtig verstanden?“ – und sichtbar Notizen machen.
7 • Bei klarer Schuld entschuldigen	Bist du unsicher: „Es tut mir leid“ sagen, ohne Schuld zuzugeben.
8 • Loyal zum Team bleiben	Nie Kolleg*innen vor dem Kunden schlechtreden – das schadet allen.
9 • Lösungsorientiert denken	Frage: „Wie lösen wir das gemeinsam?“ statt Schuldige zu suchen.
10 • Positiv enden	Auch ungelöste Fälle sollen die Beziehung überdauern – ehrlich bleiben.

★ Merksatz

Den Kunden entwaffnen, nicht besiegen. Ein „gewonnener“ Streit mit einer Kundin oder einem Kunden ist fast immer ein verlorener Kunde.

⚙️ KI-Prompt: Deeskalations-Sätze für deine Situation

„Ein Kunde in der Branche **[Branche]** reagiert gerade **[laut / aggressiv / enttäuscht / sehr emotional]** auf **[kurze Situationsbeschreibung]**. Formuliere mir 5 deeskalierende Sätze, die Verständnis zeigen, ohne vorschnell Schuld einzugestehen, passend für **[Telefon / persönliches Gespräch / E-Mail]**.“

Übung: Deine schwierigste Situation

☒ Übung

Beschreibe eine Reklamationssituation, die dich zuletzt besonders herausgefordert hat:

Welche der 10 Deeskalationsregeln hättest du im Rückblick stärker nutzen können?

Wie würdest du heute reagieren?

Fehlvermeidung

Vermeide es, besserwisserisch zu wirken – Kund*innen, die sich widerlegt fühlen, reagieren häufig mit Trotz statt mit Einsicht. Auch wenn du fachlich recht hast: Recht haben und Vertrauen gewinnen sind zwei unterschiedliche Ziele.

→ Weiter mit Modul 06: Woher Reklamationen wirklich kommen.

MODUL 05 / 14

Woher Reklamationen wirklich kommen

Hinter jeder Reklamation stecken zwei Ebenen gleichzeitig: eine emotionale und eine rationale. Wer nur eine davon behandelt, löst das Problem oft nur zur Hälfte.

Emotionale Ursachen

Schlechte Laune, seelische Anspannung, verletztes Geltungsgefühl, ungünstiger Zeitpunkt des Gesprächs, einkalkulierte Vorsicht. Von außen wirkt die Reklamation dann manchmal wie „viel Lärm um nichts“ – ist sie aber für die Person selbst nicht.

Rationale Ursachen

Sachmängel in Beschaffenheit, Qualität, Menge oder Art. Fehlende Zweckdienlichkeit – das Produkt passt einfach nicht. Selbst ein kleines Detail kann bei genauerem Hinsehen erhebliche Folgen haben, etwa eine verspätete Lieferung im Betriebsablauf.

★ Merksatz

Nimm jede Reklamation zunächst subjektiv aus Sicht des Kunden wahr – dann verstehst du ihre wirkliche Bedeutung und kannst schneller beruhigend wirken, bevor du sie sachlich einordnest.

Die 5 möglichen Forderungen hinter einer Reklamation

Begriffe nach aktuellem deutschen Kaufrecht (BGB) – die früher gebräuchliche Bezeichnung „Wandlung“ wurde bereits 2002 durch „Rücktritt“ ersetzt und wird hier nur noch als Vergleich genannt, falls dir der alte Begriff noch begegnet.

Forderung	Was sie bedeutet
Nacherfüllung (Nachbesserung oder Nachlieferung)	Reparatur des Mangels oder Lieferung einer mangelfreien Sache – in der Praxis meist der erste und einfachste Schritt
Rücktritt (früher „Wandlung“)	Rückgängigmachen des Kaufvertrags, Ware gegen Geld zurück
Minderung	Herabsetzung des geschuldeten Kaufpreises
Schadensersatz	Ausgleich eines zusätzlich entstandenen Schadens, z. B. wenn eine zugesicherte Eigenschaft fehlte
Aufwendungsersatz	Erstattung notwendiger Kosten, die durch den Mangel entstanden sind

Diese Einordnung ist eine vereinfachte Orientierung und ersetzt keine Rechtsberatung – bei unklaren, hochpreisigen oder rechtlich strittigen Fällen sprich mit deiner Rechts- oder Kulanzabteilung bzw. einer Rechtsberatung.

⚙️ KI-Prompt: Emotionale und rationale Ebene trennen

„Hier ist eine Kundenreklamation aus dem Bereich **[Branche]**: **[Reklamation in eigenen Worten einfügen]**. Trenne für mich die emotionale von der rationalen Ebene und schlage vor, welche der 5 Reklamationsforderungen (Nacherfüllung, Rücktritt, Minderung, Schadensersatz, Aufwendungsersatz) hier vermutlich im Vordergrund steht.“

→ Weiter mit Modul 07: Die Fragetechnik-Toolbox.

MODUL 06 / 14

Die Fragetechnik-Toolbox

Wer im Reklamationsgespräch nur erklärt, redet gegen eine Wand. Wer fragt, öffnet eine Tür. Fragen schaffen Vertrauen, liefern Informationen und lenken das Gespräch – ohne Druck.

★ Merksatz

Reden Sie nicht – fragen Sie! Fragen helfen dir, auf dein Gegenüber einzugehen, Vertrauen aufzubauen, Einwände früh zu erkennen und das Gespräch in eine konstruktive Richtung zu lenken.

Vier Grundformen von Fragen

Frageform	Wirkung	Beispiel
Offene Frage (W-Frage)	Holt Informationen und Hintergründe ein, meist zu Gesprächsbeginn	„Wie genau ist der Fehler aufgetreten?“
Geschlossene Frage	Erzeugt Zustimmung / Ablehnung – nur einsetzen, wenn „Ja“ wahrscheinlich ist	„Ist Ihnen eine Gutschrift lieber als eine Ersatzlieferung?“
Alternativfrage	Erleichtert eine Entscheidung zwischen zwei akzeptablen Optionen	„Möchten Sie Nachbesserung oder Ersatzlieferung?“
Taktische Frage	Steuert das Gespräch gezielt (siehe Untertypen unten)	diverse, siehe rechts

Taktische Fragetypen im Überblick

Typ	Einsatz
Gegenfrage	Bei unklaren Vorwürfen: „Können Sie mir das etwas genauer schildern?“
Kontrollfrage	Bestätigt Verständnis: „Sind Sie mit dieser Lösung einverstanden?“
Motivierungsfrage	Wertet auf: „Mit Ihrer Erfahrung sehen Sie sicher auch, dass ...“
„Wenn-überhaupt“-Frage	Bei Blockaden: „Wenn überhaupt – wie müsste eine Lösung für Sie aussehen?“
Rhetorische Frage	Belebt das Gespräch, erwartet keine echte Antwort – sparsam einsetzen

⚠ **Fehlvermeidung: die Suggestivfrage**

Fragen mit Füllwörtern wie „doch“, „sicher“ oder „nicht“ („Sie sind doch sicher auch der Meinung, dass ...?“) wirken manipulativ. Menschen reagieren ablehnend, sobald sie sich gelenkt fühlen. Formuliere stattdessen ehrlich offen – du bekommst ehrlichere und belastbarere Antworten.

Übung: Deine 3 besten Fragen vorbereiten

☒ Übung

Formuliere für deine drei häufigsten Reklamationsarten je eine offene Einstiegsfrage:

Und eine Alternativfrage, mit der du typischerweise zum Abschluss kommst:

⚙️ KI-Prompt: Fragen-Set für dein Produkt entwickeln

„Ich verkaufe / betreue **[Produkt / Dienstleistung]** in der Branche **[Branche]**. Entwickle mir je 2 offene Fragen, 2 Alternativfragen und 2 Kontrollfragen, die ich in einem Reklamationsgespräch zu diesem Produkt einsetzen kann – klar, freundlich, ohne Fachjargon.“

→ Weiter mit Modul 08: Sprache, die wirkt.

MODUL 07 / 14

Sprache, die wirkt

Nicht nur was du sagst, sondern wie du es sagst, entscheidet über den Ausgang eines Reklamationsgesprächs. Sprache wirkt auf zwei Ebenen gleichzeitig.

Inhaltsebene

Rationaler Austausch von Fakten und Informationen – die „Vertrauensebene“.

Beziehungsebene

Emotionale, oft unbewusste Wahrnehmung von Gefühlen – die „Gefühlsebene“.

Vier einfache Sprachregeln

- 1 **Kurze Sätze.** Faustregel: maximal 10–15 Wörter pro Satz – das Verständnis sinkt mit jeder zusätzlichen Silbe.
- 2 **Konkrete statt vage Wörter.** Substantive und klare Verben wirken glaubwürdiger als aufgeblähte Adjektive.
- 3 **Angepasstes Tempo.** Sprich in Wortwahl und Tempo so, wie dein Gegenüber es tut – das schafft unbewusst Vertrauen.
- 4 **Mittlere Lautstärke.** Zu laut wirkt dominant, zu leise wirkt unterlegen – die Mitte überzeugt am meisten.

⚠ Sprachfallen, die du vermeiden solltest

„Selbstmordwörter“ – vage Konjunktive und Worthüllen, die deine Aussage verwässern und dein Gegenüber verunsichern (z. B. „eigentlich“, „vielleicht“, „im Prinzip“).

Reizwörter und Reizformulierungen – Wörter wie „müssen“, „trotzdem“ oder Sätze wie „Sie müssen doch zugeben ...“, „Als Fachmann sage ich Ihnen ...“ oder „Sie haben mich wohl nicht richtig verstanden ...“ werten dein Gegenüber ab und verschärfen die Stimmung zusätzlich.

⚙ KI-Prompt: Reizformulierungen entschärfen

„Hier ist ein Satz, den ich in einem Reklamationsgespräch sagen möchte: **[Satz einfügen]**. Prüfe, ob er Reizwörter oder abwertende Formulierungen enthält, und formuliere 2 alternative, wertschätzende Versionen mit gleicher Kernaussage.“

Übung: Deine persönlichen Sprachfallen

☒ Übung

Welche der folgenden Formulierungen benutzt du selbst manchmal – auch unbewusst?

- ☐ „Sie müssen doch zugeben, dass ...“
- ☐ „Als Fachmann / Fachfrau sage ich Ihnen ...“
- ☐ „Das kann ich Ihnen so nicht glauben ...“
- ☐ „Wie ich Ihnen schon mehrfach erklärt habe ...“
- ☐ „Jeder vernünftige Mensch weiß doch ...“

Formuliere zu deinem am häufigsten angekreuzten Satz eine freundlichere Alternative:

→ Weiter mit Modul 09: Vom Ärger zur Zustimmung – die 4-Schritte-Methode.

MODUL 08 / 14

Vom Ärger zur Zustimmung – die 4-Schritte-Methode

Eine einfache, wiederholbare Abfolge, die aus fast jeder Reklamation ein konstruktives Gespräch macht – unabhängig von Branche oder Produkt.

- 1 **Entschuldige dich.** Auch ohne Schuldeingeständnis: „Es tut mir leid, dass Ihnen das passiert ist“ öffnet das Gespräch.
- 2 **Zeige Verständnis.** Spiegle die Situation aus Sicht des Kunden, bevor du argumentierst.
- 3 **Kläre die Gründe.** Frage gezielt nach, statt vorschnell eine Ursache zu unterstellen.
- 4 **Frage nach, ob das Anliegen geklärt ist.** Erst wenn dein Gegenüber das bestätigt, ist das Gespräch wirklich abgeschlossen.

★ Merksatz

Alle vier Schritte gehören zusammen – wer nur entschuldigt, aber nicht klärt, oder nur klärt, ohne nachzufragen, lässt das Gespräch unvollständig wirken.

Fehlverhalten, das Reklamationen unnötig eskalieren lässt

Bewusst zugespitzt formuliert – prüfe selbstkritisch, ob dir eines davon bekannt vorkommt:

- Freundlichkeit fließt nur in den Verkauf, Reklamationen gelten als „notwendiges Übel“.
- Die zuständige Ansprechperson bleibt bewusst unauffindbar, um Reklamationen gering zu halten.
- Rückrufe werden versprochen, aber selten eingehalten.
- Bei unberechtigten Reklamationen wird genüsslich auf die Bedienungsanleitung verwiesen.
- Reaktion erfolgt erst, wenn jemand laut wird – wer höflich reklamiert, wird übergangen.
- Mitarbeitende sind freundlich, haben aber keine Entscheidungsbefugnis.
- Die Schuld wird reflexhaft an Zulieferer weitergegeben.
- Beschwerdeschreiben landen erst einmal in der Ablage – vielleicht „erledigt sich das von selbst“.

⚙️ KI-Prompt: Die 4 Schritte für deinen Fall vorformulieren

„Formuliere mir für folgende Reklamation vier kurze Gesprächsbausteine nach der 4-Schritte-Methode (Entschuldigung, Verständnis, Klärung, Nachfrage): **[Reklamation kurz beschreiben]**. Zielgruppe: **[z. B. B2B-Kunde / Privatkunde]**, Ton: **[z. B. locker / sehr formell]**.“

Selbstcheck: Fehlverhalten ehrlich reflektiert

☒ Übung

Kreuze an, wo du (oder dein Team) noch Nachholbedarf siehst – ohne Selbstkritik geht Entwicklung nicht:

- ☐ Ich halte gegebene Rückruf-Versprechen zuverlässig ein.
- ☐ Ich reagiere gleich freundlich, egal ob laut oder leise reklamiert wird.
- ☐ Ich schiebe die Verantwortung nicht automatisch auf andere Abteilungen.
- ☐ Beschwerdeschreiben bearbeite ich zeitnah, statt sie liegen zu lassen.

→ Weiter mit Modul 10: Einwände souverän meistern.

MODUL 09 / 14

Einwände souverän meistern

Einwände im Reklamationsgespräch sind kein Angriff, sondern ein Signal: Dein Gegenüber ist noch nicht überzeugt. Diese 10 Techniken helfen dir, souverän zu reagieren, ohne in Rechtfertigung zu verfallen.

Technik	Prinzip	Beispielformulierung
Ja-nur	Verständnis zeigen, dann einschränken	„Ich verstehe Sie, nur ...“
Korkenzieher	Mit Rückfrage Hintergrund klären	„Verstehe ich Sie richtig, dass ...?“
Umwandlungstechnik	Einwand in Frage umformulieren	„Sie fragen sich also, ob ...?“
Anekdotentechnik	Frühere ähnliche Zweifel entkräften	„Das dachte Frau ... anfangs auch, bis ...“
Bumerang	Vermeintlichen Nachteil zum Vorteil machen	„Gerade deshalb ...“
Anderer Gesichtspunkt	Nachteil zugeben, größeren Vorteil dagegensstellen	„Andererseits bedenken wir, dass ...“
Vorwegnahme	Erwarteten Einwand selbst ansprechen	„An dieser Stelle hört man oft den Einwand, dass ...“
Auf Eis legen	Einwand bewusst später beantworten	„Diesen Punkt klären wir gleich im Detail.“
Öffnungsmethode	Direkt nach dem Zögern fragen	„Was müsste sich ändern, damit Sie zufrieden sind?“
Plus-Minus	Nachteil zugeben, Vorteil betonen	„Ja, das stimmt, aber bitte beachten Sie ...“

★ Merksatz

Es geht nie darum, den Einwand „wegzudiskutieren“ – sondern ihn ernst zu nehmen und das Gespräch trotzdem konstruktiv weiterzuführen.

Abfangformulierungen für den ersten Moment

„Ich kann Ihre Sichtweise gut nachvollziehen, nur ...“

„Das kann man sicher so sehen, allerdings ...“

„Habe ich Sie richtig verstanden, es geht Ihnen um ...?“

„Noch wichtiger scheint mir dabei ...“

⚙️ KI-Prompt: Passende Einwandtechnik finden

„Ein Kunde bringt folgenden Einwand: **[Einwand einfügen]**. Welche 2 der 10 dialektischen Einwandtechniken (Ja-nur, Korkenzieher, Umwandlungstechnik, Anekdotentechnik, Bumerang, Anderer Gesichtspunkt, Vorwegnahme, Auf Eis legen, Öffnungsmethode, Plus-Minus) passen hier am besten? Formuliere je einen konkreten Satz dazu.“

Übung: Deine 3 häufigsten Einwände

☒ Übung

Notiere die drei Einwände, die dir im Reklamationsalltag am häufigsten begegnen, und ordne jeweils eine Technik von oben zu:

→ Weiter mit Modul 11: Systematisch zur Lösung – Telefon & Brief.

MODUL 10 / 14

Systematisch zur Lösung: Telefon & Brief

Egal ob am Telefon oder schriftlich – jede Reklamationsantwort lässt sich in drei Standardsituationen und einen wiederkehrenden Textbaustein-Aufbau bringen.

Die 3 Standardsituationen

① Berechtigte Reklamation

② Unberechtigte Reklamation mit Kulanz

③ Unberechtigte Reklamation ohne Kulanz

Die folgenden Leitfäden sind Muster – passe sie unbedingt an dein Produkt, deine Branche und deine internen Richtlinien an. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Telefonischer Gesprächsleitfaden

Baustein	Inhalt
Begrüßung	Dank für die Meldung, Verständnis zeigen
Rückfrage	Kundenstamm- und Bewegungsdaten aufnehmen
Aufnahme	Reklamationsgrund vollständig erfassen
Problemlösung	Verbindliche Zusage zu „wie“ und „wann“
Verabschiedung	Dank für die Rückmeldung, positiver Abschluss

» Praxis-Impuls

Viele erfahrene Verkäufer:innen führen schwierige Reklamationsgespräche bewusst im Stehen – das kann Tonfall und Präsenz in der Stimme spürbar verändern. Probier es einfach aus und achte selbst darauf, ob es dir hilft. Und: Rechne bei komplexeren Fällen ruhig mit 2–4 Telefonaten, bis alles restlos geklärt ist. Das ist normal, kein Zeichen von Ineffizienz.

Pflichtbausteine für jedes Reklamationsschreiben

- 1 **Stamm- / Bewegungsdaten** — Kundennummer, Bestell- und Rechnungsnummer, Art des Mangels.
- 2 **Entschuldigung & Verständnis** — zur Beschwichtigung und Aufwertung des Kunden.
- 3 **Sachargumentation** — nachvollziehbare, logische Darstellung der Sach- bzw. Rechtslage.
- 4 **Problemlösung** — konkretes Angebot, wie es weitergeht.
- 5 **Abschluss** — mit Blick auf die langfristige Kundenbeziehung, nicht nur den Einzelfall.

Diese Reihenfolge ist didaktisch wichtig: Nur so wirkt das Schreiben in sich geschlossen und nicht wie eine Aneinanderreihung von Textbausteinen.

Textbaustein-Vorlage: Die berechtigte Reklamation

Vorlage zum Anpassen

Entschuldigung / Verständnis:

„Ich bin Ihnen dankbar, dass Sie uns über diesen Vorfall informieren. Wir bedauern sehr, dass diese Schwierigkeiten aufgetreten sind.“

Sachargumentation:

„Wir haben den Vorgang geprüft. [Kurze, ehrliche Einordnung des Sachverhalts einfügen.]“

Problemlösung:

„Selbstverständlich liefern wir Ihnen schnellstmöglich Ersatz / nehmen die Korrektur vor. Als kleine Wiedergutmachung für Ihre Mühe [Geste einfügen, z. B. Gutschein, kleines Extra].“

Abschluss:

„Wir haben aus diesem Hinweis gelernt und danken Ihnen dafür. Wir hoffen, Sie weiterhin zu unseren zufriedenen Kund*innen zählen zu dürfen.“

KI-Prompt: Reklamationsantwort in deinem Ton

„Schreibe mir eine Antwort auf folgende Reklamation nach dem Aufbau Entschuldigung → Sachargumentation → Problemlösung → Abschluss: **[Reklamation einfügen]**. Es handelt sich um eine **[berechtigte / unberechtigte / Kulanz-]**Reklamation. Tonalität: **[persönlich-warm / formell-präzise]**, Kanal: **[E-Mail / Brief / Telefonnotiz]**, maximal **[Wortanzahl]** Wörter.“

→ Weiter mit Modul 12: Praxis-Werkstatt – deine Übungsblätter.

MODUL 11 / 14

Übungsblätter zum Ausfüllen

Dieser Block bündelt alle praktischen Selbsttests und Reflexionsübungen des Workbooks. Nimm dir bewusst Zeit dafür – am besten allein und ungestört, oder gemeinsam im Team.

Übungsblatt 1 — Wahres und Falsches über Beschwerden

Nr.	Aussage	Wahr	Falsch
1	Kund*innen, die sich beschweren, sind grundsätzlich gegen mich.	☐	☐
2	Beschwerdeführer*innen sind meistens notorische Nörgler.	☐	☐
3	Wenige Beschwerden bedeuten automatisch zufriedene Kund*innen.	☐	☐
4	Reklamationen kommen vor – niemand ist fehlerlos.	☐	☐
5	Beschwerdeführer*innen sind meist sachlich im Unrecht.	☐	☐
6	Es kommt vor allem darauf an, die Zahl der Beschwerden niedrig zu halten.	☐	☐
7	Beschwerden kosten grundsätzlich Geld.	☐	☐
8	Wichtiger als der Umgang mit Beschwerden ist es, gar keinen Anlass dafür zu geben.	☐	☐

📌 Übungsblatt 2 — Mein persönliches Verhalten zu Reklamationen

Nr.	Aussage	Stimmt	Stimmt nicht
1	In der Hektik des Tagesgeschäfts bleibt eine Reklamation auch mal liegen.	☐	☐
2	Eine Reklamation abzuwehren gilt bei uns als „im Sinne des Unternehmens“.	☐	☐
3	Unsere Mitbewerber reagieren ähnlich wie wir auf Kundenbeschwerden.	☐	☐
4	Bei unseren knapp kalkulierten Preisen bleibt kaum Spielraum für Kulanz.	☐	☐
5	Reklamationen werden bei uns von Fall zu Fall entschieden, ohne feste Regeln.	☐	☐
6	Es gibt keine feste Anlaufstelle für Beschwerden – Kund*innen müssen sich durchfragen.	☐	☐
7	Kund*innen, die reklamieren, gehören meist zu den notorischen Nörglern.	☐	☐
8	Zu kulante Reklamationsbehandlung könnte mehr Kund*innen zu mehr Forderungen verleiten.	☐	☐
9	Würde man sich um jede kleine Reklamation kümmern, käme man nicht mehr zum Tagesgeschäft.	☐	☐
10	Wir sind so ausgelastet, dass für zusätzliche Beschwerden kaum Kapazität bleibt.	☐	☐

Auswertung: Überwiegend „Stimmt nicht“ angekreuzt, und du kannst das auch begründen? Dann bist du auf einem guten Weg zu echter Kundenorientierung. Bei jedem „Stimmt“ lohnt sich ein zweiter, ehrlicher Blick auf die eigene Reklamationskultur.

Übungsblatt 3 — Anforderungsprofil Servicepersonal

Entscheidend für erfolgreiches Reklamationsmanagement ist, wie sensibilisiert dein Team für das Thema ist. Notiere:

Welche Botschaft muss jede Mitarbeiterin / jeder Mitarbeiter verinnerlicht haben?

(Beispiel: „Reklamationen müssen sofort bearbeitet werden.“)

Über welche Eigenschaften sollte ein Top-Servicemitarbeiter im Reklamationsfall verfügen?

Über welche Eigenschaften besser NICHT?

Übungsblatt 4 — Beschwerden als Chance nutzen

Welche Argumente untermauern die These „In Reklamationen stecken Chancen“?

Erfahrungswert: Eine gut gelöste Reklamation wirkt für das Image eines Unternehmens oft wie ein Vielfaches an Werbewirkung im Vergleich zu einer unbearbeiteten Beschwerde.

Übungsblatt 5 — Konfliktentschärfung: 8 Situationen

Wie würdest du in diesen typischen Situationen reagieren, um Entspannung herbeizuführen?

- 1 Ein Kunde stellt gleich zu Beginn eine sehr hohe Forderung.
- 2 Ein Kunde tritt laut und aggressiv auf.
- 3 Ein Kunde ist sehr erregt und droht sofort mit Konsequenzen.
- 4 Der Kunde möchte nur mit deiner Führungskraft sprechen, nicht mit dir.
- 5 Der Kunde greift dich persönlich an.
- 6 Ein Kunde zählt ausführlich alle möglichen Konsequenzen für sein Unternehmen auf.
- 7 Der Kunde lässt keinerlei Widerspruch zu.
- 8 Ein Kunde bringt neben der aktuellen Reklamation alle früheren negativen Erfahrungen ein.

Notiere zu mindestens drei Situationen deine persönliche Reaktion auf einem separaten Blatt oder direkt hier am Rand.

Übungsblatt 6 — Telefonischer Reklamationservice: Selbstcheck

Nr.	Frage	Ja	Nein
1	Zu üblichen Geschäftszeiten ist immer jemand aus dem Service erreichbar.	☐	☐
2	Servicemitarbeiter*innen können Kleinigkeiten direkt am Telefon lösen.	☐	☐
3	Die Telefonzentrale weiß immer, wohin reklamierende Anrufer weitergeleitet werden.	☐	☐
4	Das Team lässt sich von Beschwerdeführer*innen nicht provozieren.	☐	☐
5	Regelmäßige Schulungen zum professionellen Telefonieren finden statt.	☐	☐
6	Telefonische Vereinbarungen werden schriftlich festgehalten und ausgewertet.	☐	☐
7	Auch Reklamationsanrufe werden grundsätzlich freundlich entgegengenommen.	☐	☐
8	Wir sind auch telefonisch aktiv beim Kunden (Rückrufe, Zwischenbescheide).	☐	☐

Übungsblatt 7 — Vor- und Nachteile telefonischer Reklamationen

Nachteile

Vorteile

→ Weiter mit Modul 13: KI als Sparringspartner.

MODUL 12 / 14

KI als Sparringspartner – deine Prompt-Bibliothek

Eine gute KI ersetzt keine eigene Menschenkenntnis – aber sie ist ein hervorragender Sparringspartner, um in Sekunden Formulierungen, Perspektiven und Textbausteine für deinen konkreten Fall zu erhalten. Alle Prompts sind bewusst mit Platzhaltern **[in eckigen Klammern]** gebaut – ersetze sie einfach durch deine Situation.

» So nutzt du diese Prompts optimal

Kopiere den Prompt in ein KI-Chat-Tool deiner Wahl, ersetze alle Platzhalter durch deine echten Daten und lies die Antwort kritisch gegen: Passt der Ton zu deinem Unternehmen? Stimmen alle genannten Fakten? Eine KI-Antwort ist ein Entwurf – die letzte Feinjustierung machst du.

⚙️ Prompt 1: Reklamations-Diagnose

„Hier ist eine Kundenreklamation aus der Branche **[Branche]**: **[Reklamation einfügen]**. Analysiere, ob emotionale, rationale oder beide Ursachen vorliegen, und schlage die passende der 5 Reklamationsforderungen (Wandlung, Minderung, Nachlieferung, Nachbesserung, Schadensersatz) vor.“

⚙️ Prompt 2: Antwortschreiben aufsetzen

„Schreibe eine Antwort im Aufbau Entschuldigung → Sachargumentation → Problemlösung → Abschluss für folgende **[berechtigte / unberechtigte / Kulanz-]**Reklamation: **[Reklamation einfügen]**. Tonalität: **[warm / formell / knapp]**, Kanal: **[E-Mail / Brief]**.“

⚙️ Prompt 3: Deeskalations-Sätze

„Formuliere 5 deeskalierende Sätze für einen Kunden, der gerade **[laut / enttäuscht / sehr sachlich-kühl]** reagiert, zum Thema **[Reklamationsgrund]**, passend für **[Telefon / persönliches Gespräch]**.“

⚙️ Prompt 4: Fragen-Set entwickeln

„Entwickle je 2 offene, 2 Alternativ- und 2 Kontrollfragen für ein Reklamationsgespräch zu **[Produkt / Dienstleistung]** in der Branche **[Branche]**.“

⚙️ Prompt 5: Reizwörter entschärfen

„Prüfe diesen Satz auf Reizwörter oder abwertende Formulierungen und liefere 2 wertschätzende Alternativen mit gleicher Kernaussage: **[Satz einfügen]**.“

⚙️ Prompt 6: Einwand-Technik wählen

„Ein Kunde bringt folgenden Einwand: **[Einwand einfügen]**. Welche 2 der 10 dialektischen Einwandtechniken passen am besten, und wie würdest du sie konkret formulieren?“

⚙️ Prompt 7: Telefonleitfaden individualisieren

„Baue mir einen telefonischen Gesprächsleitfaden (Begrüßung, Rückfrage, Aufnahme, Problemlösung, Verabschiedung) für **[Standardsituation: berechtigt / Kulanz / unberechtigt]** speziell für **[Produkt / Branche]**.“

⚙️ Prompt 8: Kulanzentscheidung vorbereiten

„Ich überlege, bei folgender Reklamation Kulanz zu zeigen: **[Reklamation einfügen]**, Warenwert ca. **[Betrag]**. Liste mir Pro- und Contra-Argumente für eine Kulanzlösung auf, orientiert an einer langfristigen Kundenbeziehung.“

⚙️ Prompt 9: Team-Briefing erstellen

„Erstelle ein kurzes, motivierendes Briefing (max. 200 Wörter) für mein Team zum Thema Reklamationsmanagement bei **[Unternehmen / Branche]**, mit Fokus auf die 4-Schritte-Methode (Entschuldigen, Verständnis zeigen, Klären, Nachfragen).“

⚙️ Prompt 10: Social-Proof aus Reklamation gewinnen

„Ein Kunde war nach einer gelösten Reklamation begeistert zurückgemeldet: **[Rückmeldung einfügen]**. Formuliere eine höfliche, unaufdringliche Anfrage, ob wir diese Erfahrung als Referenz / Bewertung nutzen dürfen.“

⚙️ **Prompt 11: Reklamationsstatistik auswerten**

„Ich habe folgende Reklamationsgründe der letzten **[Zeitraum]** gesammelt: **[Liste einfügen]**. Gruppier sie nach Ursachenkategorien und schlage vor, welche 2 Verbesserungen am meisten Wirkung hätten.“

⚙️ **Prompt 12: Schwierige Kundentypen einschätzen**

„Ein Kunde verhält sich wie folgt: **[Verhalten beschreiben]**. Welches Muster aus der Deeskalations-Toolbox passt hier vermutlich am besten, und was sollte ich in den ersten 30 Sekunden sagen?“

⚙️ **Prompt 13: Reklamations-FAQ für die Website**

„Erstelle 8 FAQ-Einträge (Frage + kurze, freundliche Antwort) rund um das Thema Reklamation / Rückgabe für **[Produkt / Shop / Branche]**, verständlich für Laien, ohne Fachjargon.“

★ **Merksatz**

Eine KI kennt keine Betriebsgeheimnisse, keine persönliche Beziehung zu deinem Kunden und keine Firmenkultur. Nutze sie für Tempo und Formulierungshilfe – die finale Menschlichkeit und Verantwortung bleibt bei dir.

→ Weiter mit Modul 14: Dein Transfer-Tracker.

MODUL 13 / 14

Dein Transfer-Tracker

Wissen verändert nichts – Anwendung schon. Nutze diese Doppelseite nach jedem Kundenkontakt, jedem Teammeeting oder einmal pro Woche als kleines Tages- bzw. Wochen-Clearing.

☒ **Was war heute / diese Woche für mich besonders wichtig?**

☒ **Welche Punkte setze ich ab morgen unmittelbar in meiner Arbeit um?**

Das Versprechen, das man mit sich selbst abschließt, ist am schwersten zu realisieren.

— Heinz G. Bader

✓ **Tipp für den Alltag**

Kopiere diese Doppelseite oder lege sie als wiederkehrende Notiz an. Ein regelmäßiger 5-Minuten-Rückblick schlägt jedes einmalige Seminar-Erlebnis, weil er Wissen wirklich in Gewohnheit verwandelt.

Viel Kraft und Energie für deine Praxis

Du hast jetzt ein vollständiges System in der Hand: von der inneren Haltung über Sprache und Fragetechnik bis zu fertigen Textbausteinen und KI-Prompts. Der Unterschied zwischen „gelesen“ und „gekonnt“ entsteht erst durch Wiederholung im echten Kundenkontakt. Fang klein an – wähle ein Modul, eine Technik, einen Prompt – und wende ihn diese Woche konkret an.

*Verändere deine Sichtweise, erkenne Beschwerden als wichtigsten Informationsträger in deinem Unternehmen – und mache aus verärgerten Kund*innen begeisterte Kund*innen.*

— Leitgedanke dieses Workbooks

Nächste Schritte mit Heinz G. Bader SalesConsulting

Angebot	Für wen geeignet
Verkaufstechnik-Workbooks	Vertiefendes Selbststudium zu Einwandbehandlung, Abschlusstechnik & Neukundengewinnung
Firmen-Seminar Reklamationsmanagement	Teams, die die Inhalte gemeinsam trainieren und auf ihr Unternehmen zuschneiden wollen
Einzelcoaching Vertrieb	Führungskräfte und Vertriebsprofis mit individuellem Entwicklungsbedarf

Web: www.heinzbader.com · Adresse: Ulmer Str. 32B, 89275 Elchingen-Thalfingen

MODUL 14 / 14

© Heinz G. Bader SalesConsulting. Dieses Workbook dient der persönlichen Weiterbildung. Weitergabe, Vervielfältigung oder Weiterverkauf ohne Zustimmung sind nicht gestattet. Rechtliche Hinweise in diesem Workbook (z. B. zu Reklamationsforderungen) ersetzen keine Rechtsberatung im Einzelfall.