

NEGATIVE KOMMENTARE IM INTERNET – WAS NUN?

Veröffentlicht am 4. Juli 2013 von Isabella

Beiträge unzufriedener Kunden, zugänglich für alle - eine Gefahr für Ihr Image?

Es kann trotz aller Bemühungen immer einmal vorkommen, dass ein Kunde unzufrieden mit Ihrer Leistung ist. Studien ergaben, dass jeder sechste negative Erfahrungen über das Internet teilt - meistens über Social-Media Kanäle wie Twitter und Facebook. Das ist natürlich beunruhigend, besonders die Tatsache, dass viele gar nicht erst zum Telefon greifen, sondern es lieber sofort der Öffentlichkeit mitteilen. Im Social Web gibt es immer Leser, weswegen sich solche Mitteilungen dementsprechend schnell verbreiten.

Hier gilt es, zügig zu handeln, denn die Beschwerde kann für Sie auch ein Glücksfall sein.

Das beste daraus machen: Genau zuhören und angemessen reagieren

Viele Firmen ignorieren die Social Media Beiträge. Diese können jedoch viel Potential haben: Jede Kritik ist eine Chance! Das Ziel des Kunden ist es ja, gehört zu werden, und Sie tun sich am besten daran, Ihnen genau zuzuhören. Natürlich sind Beschwerden oft zu unrecht groß aufgemacht und nicht für konstruktives Feedback geeignet. Dennoch, schauen Sie sich die Beiträge unzufriedener Kunden genau an. Eventuell kann die Kritik Ihnen helfen, den Service zu verbessern. Seien Sie mutig und antworten Sie sachlich auf die Beiträge, falls angemessen und die Kritik konstruktiv angesetzt ist. Der Kunde fühlt sich so gut versorgt und Sie haben die einmalige Chance, den Kunden wieder zufrieden zu machen, indem Sie genau auf ihn eingehen.

- Verpassen Sie nicht, auf die Kritik zu antworten! Das Löschen steht ebenso außer Frage - das bleibt nicht ungesehen und sie verstärken das Argument des Kunden nur.
- Entschuldigen Sie sich und bieten Sie an, dass der Kunde Sie anrufen kann - die Nummer schreiben Sie ihm in einer privaten Nachricht.
- Bedanken Sie sich für das Feedback und kündigen Sie die Verbesserung des Zustandes an.

Wenn Sie es schaffen, den Kunden wieder glücklich zu machen, ist das ein voller Erfolg für Sie. Wenn also einmal ein verärgertes Kommentar gepostet wird, verlieren Sie nicht die Nerven: Denken Sie an die einzigartige Chance, zu denen Ihnen der Kunde unbewusst verhilft und setzen Sie alles daran, diese zu nutzen!