MODULBESCHREIBUNG

Vom Vorwurf zur Einigung: der verärgerte Geschäftskunde

Adaptives Modul | ~20 min

Im B2B ist ein abspringender Schlüsselkunde teuer: Einen neuen Kunden zu gewinnen, kostet 5- bis 25-mal so viel, wie einen zu halten. Der Ansatz dieses Moduls: das Gespräch mit dem verärgerten Kunden als vollständige Verhandlung. Die Lernenden bereiten sie mit echten Optionen vor, führen sie, ohne sich zu verteidigen, und besiegeln sie mit einer schriftlichen Einigung und einem Nachfassen, das den Vorfall in Kundenbindung verwandelt.

LERNZIELE

01 Ein Gespräch mit einem verärgerten Kunden vorbereiten: drei Lösungsoptionen und eine Ausstiegsoption ausarbeiten, die Rückhalt gibt.

02 Die Vorwürfe anhören und zusammenfassen, ohne sich zu verteidigen, und ein echtes Versäumnis anerkennen, damit wieder Vertrauen entstehen kann.

03 Die eigene Sicht ruhig darlegen, dann eine annehmbare Einigung erarbeiten und den Kunden dabei seine Lösung zuerst vorschlagen lassen.

04 Die Einigung schriftlich absichern und die Beziehung durch ein Nachfassen pflegen, das den Vorfall in Kundenbindung verwandelt.

ZIELGRUPPE

Vertriebsmitarbeiter, Kundenbetreuer, Berater: alle, die einen verärgerten B2B-Kunden betreuen und eine Einigung finden wollen.

- **Voraussetzungen:** keine

ABLAUF DES MODULS

Im Selbststudium, mit Übungen, die sich an die Lernenden anpassen.

1 **Selbsteinschätzung**: zu 9 Dimensionen, um die eigene Praxis einzuschätzen und gezielt zu üben.

2 **Expertenvideo**: von 10 Minuten, mit 3 Pausen zum Nachdenken.

3 **Praxissituationen**: 2 erste Situationen, ausgewählt nach der Selbsteinschätzung, dann 16 weitere zur freien Wahl. Zu jeder Antwort eine Rückmeldung zur Wirkung und eine Anregung, um weiterzukommen.

4 **Vorsatz mit Termin**: ein konkreter Schritt zum Ausprobieren, selbst formuliert oder aus den Vorschlägen gewählt.

5 **Merkblatt zum Herunterladen**: Kernpunkte, Fragen, Vorsatz, persönliche Notizen und Checklisten.

BEWERTUNG UND ABSCHLUSS

Bestehensgrenze: 80 %

In die Punktzahl fließen die Antworten auf die Praxissituationen, der formulierte Vorsatz und gegebenenfalls ergänzende Lernaktivitäten ein. Zum Bestehen sind ein Vorsatz und eine Punktzahl von mindestens 80 % erforderlich.

METHODEN & MODELLE

- Ausstiegsoption – angelehnt an BATNA (Fisher & Ury, Das Harvard-Konzept, 1981, Harvard Negotiation Project)
- Afthonios-Methode in 5 Schritten für den Umgang mit verärgerten B2B-Kunden (Optionen vorbereiten, zuhören/zusammenfassen, die eigene Sicht darlegen, eine Lösung erarbeiten, schriftlich bestätigen)
- Aktives Zuhören und Zusammenfassen – angelehnt an Carl Rogers
- Service-Recovery-Paradox – McCollough & Bharadwaj, 1992

QUELLEN & REFERENZEN

- Bain & Company (Frederick Reichheld): 5 % mehr Kundenbindung steigern den Gewinn um 25 bis 95 % (Harvard Business Review, 2000)
- Harvard Business Review (Amy Gallo, 2014): Einen neuen Kunden zu gewinnen, kostet 5- bis 25-mal so viel, wie einen bestehenden Kunden zu halten
- Fisher & Ury, Das Harvard-Konzept, 1981 – BATNA (beste Rückfalloption)
- McCollough & Bharadwaj, 1992 – Konzept des Service-Recovery-Paradoxes

Ein Modul von Afthonios.com.

Inhalt geprüft am 13.10.2026