

Nur die Kunden stören . . .

Roland Albert*

Bei der Wahl des Handwerkers ist für den Kunden das fachliche Können zweitrangig. Das wird von ihm erwartet. Entscheidend ist, wie die Monteur den Kunden zu nehmen wissen. Er möchte sich vor allem Verstanden fühlen. Folgen Sie uns mit diesem Beitrag aus der Servicewüste.

Hand aufs Herz: Wenn man als Handwerker die Wahl hat, dann zieht man die Renovierung eines Badezimmers in einer leer stehenden Wohnung der Arbeit im bewohnten Domizil vor. Denn steht der Bewohner hinter einem, dann muss man viel mehr aufpassen, und nicht selten wird auch noch gemeckert. Irgendwie ist man dem Kunden so im Weg, wie er auch uns. Und sein Generve veranlasst einen dann, ihm mal erst so richtig zu zeigen, wo der Hammer hängt, schließlich ist

* Roland Albert, Training und Beratung, 90453 Nürnberg, Tel. (09 11) 6 38 38 55, Fax (09 11) 6 38 38 27, E-Mail: rolandalbertbvt@t-online.de

man ja Fachmann und hat alles im Griff.

Wir sind doch die Wichtigsten

Das war die Denkweise von Handwerksmonteuren in den 70er-Jahren. Da waren die meisten der Leser noch gar nicht im Berufsleben. Und wenn doch, dann hätten sie heute kaum eine Chance, vor dem Kunden zu bestehen. Der Monteur ist eben nicht mehr der Wichtigste, die Qualität seiner Arbeit wird erwartet, aber steht nicht im Vordergrund. Die erste Geige spielt schlicht und einfach der Kunde. Kunden sind – wie Sie ja auch aus ihrer eigenen Erfahrung als Kunde wissen – empfindliche Wesen. Der Kunde kann ihre fachliche Leistung nicht beurteilen. Wenn er das könnte, würde er selbst verlegen und montieren und fällt somit als Auftraggeber für ihre Firma weg. Also fragt er Sie und erkennt an der Art und Weise ihrer Antworten, wie Sie ihn einschätzen.

Warum wechseln Kunden die Firma?

Wie Sie aus der Grafik entnehmen können, ist der am häufigsten von Kunden genannte Wert – stolze 68 % – auf den Umgang mit dem Kunden bezogen. Das gilt natürlich auch für das Thema Reklamationen mit immerhin

noch 14 %. Der Auftraggeber bemerkt also sehr intensiv, wie Sie mit ihm umgehen und vor allem auch wie Sie ihn anreden. Gerade bei der privaten Klientel, also beim direkten Kontakt, gilt: Top-Auftreten, auch wenn der Kunde am Anfang etwas „nervt“. Bedenken Sie: Für den Kunden sind Sie eigentlich nur unangenehm: Sie machen Dreck, sind laut und reißen alles heraus. Sind Sie da, kann er nicht einmal mehr auf die Toilette gehen. Für Sie aber, ist es ein ganz normaler Montageauftrag und es ist aus ihrer Sicht nicht zu verstehen, warum man sich über ihre alltägliche Arbeit aufregt. Versuchen Sie, die Aussagen des Kunden unter diesem Aspekt zu betrachten. Denken Sie sich in die Situation des Kunden hinein. Er meint nicht Sie persönlich, er will Ihnen nur seine Probleme mitteilen.

Vorleben heißt Zuhören

Die beste Methode ist immer noch das Zuhören. Solange der Kunde spricht, fühlt er sich wohl, denn er kann ihnen seine Erfahrungen, die er bisher mit Handwerkern gemacht hat, berichten. Und da können sie ja nun nichts dafür. Das bedeutet, dass Sie im Anschluss – wenn der Kunde fertig argumentiert hat – mit ihren Aussagen beginnen kön-

Gründe für den Verlust eines Kunden

| | |
|------|--|
| 1 % | Tod des Kunden |
| 3 % | Wechsel des Verkäufers |
| 5 % | Kauf bei Freunden, Dritten |
| 9 % | Niedrigere Preise beim Wettbewerber |
| 14 % | Schlechte Behandlung bei Reklamationen |
| 68 % | Mangelndes Interesse der Mitarbeiter des Unternehmens an den Erwartungen des Kunden |

Quelle: Deutsches Kundenbarometer

nen. Schlagen Sie dem Kunden stets Lösungen vor wie z. B. „das schaffen wir bis morgen Abend“ oder „überlassen Sie das ruhig uns – wir machen das für Sie“. Sehr ungünstig sind negative Aussagen wie z. B. „das weiß ich jetzt noch nicht“ oder „warten Sie halt erst einmal“. Sobald Sie diese ergebnislosen Aussagen bringen, haben Sie den Kunden in den nächsten Sekunden auf der Palme. Das zurecht, denn hier sind Lösungen gewünscht und keine Schwierigkeiten.

Der Kunde ist Partner

Und so sollten Sie ihn auch behandeln. Überschütten Sie den Kunden nicht mit Fach-Chinesisch. Erklären Sie ihm kurz und verständlich, was Sie tun werden und bis wann sie voraussichtlich damit fertig sind. Zeigen Sie Verständnis für seine Aufregung und bleiben Sie gelassen, aber seien Sie niemals lässig. Wenn Sie es schaffen, den Kunden nur einigermaßen zu beruhigen und ihm zuzuhören, wird er ihre Firma weiterempfehlen.

Das freut alle Beteiligten und schafft letztlich auch sichere Arbeitsplätze. Aber: Nur die wenigsten Kunden glauben von sich, sie seien Könige. Die überwiegende Mehrheit möchte als Partner des Handwerkers verstanden werden. Das heißt, dass wir ihm eine Dienstleistung erbringen und ihn respektieren, egal wie er ist. Wie man ein harmonisches Gespräch führt weiß man aus der privaten Partnerschaft, denn auch in der Familie oder bei Freundschaften gelten die obigen Prinzipien.

Sie sehen also: Miteinander, nicht gegeneinander, lautet die Devise. Die Einstellung ist entscheidend. Und diese sollte jeder Lehrling schon im ersten Lehrjahr kennen und beherzigen. Nur so sind zufriedene Kunden zu gewinnen, die durch weitere Aufträge auch die Löhne und Gehälter der Mitarbeiter sichern.

Bestell-Service für sbz-monteur-Leser

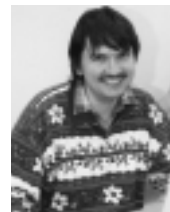
Wir helfen Ihnen persönlich weiter, wenn Sie Informationen brauchen.

Sie möchten ein Heft nachgeschickt bekommen, oder Ihre Adresse hat sich geändert?

Rufen Sie einfach an, wenn wir etwas für Sie tun können. Denn ein guter Service ist uns wichtig!

Sie erreichen Herrn Bossler unter folgenden Nummern:

Telefon (07 11) 6 36 72-25, Telefax (07 11) 6 36 72-11, eMail: bossler@shk.de



**Claus Bossler
– Ihr Ansprechpartner
in Sachen Abo**