

Von der Kunst, Kunden zu begeistern

Der Kunde ist König. Und Unmögliches wird sofort erledigt, Wunder dauern etwas länger. Kennen Sie diese Sprüche? Dabei liegt man bei einem Großteil der Kunden daneben, wenn man so denkt. Wie man Kunden richtig einschätzt und behandelt, verraten wir auf den nächsten Seiten.



Der Manager-Typ zeigt gerne was er hat und trifft seine Entscheidungen immer schnell

Die Menschen sind ja bekanntlich verschieden. Und deshalb gibt es auch nicht „den Kunden“ und das allgemein gültige Patentrezept für seine Behandlung. Ein Verhalten, was bei dem einen Kunden super angekommen ist, kann bei einer anderen Adresse das genaue Gegenteil bewirken. Nun könnte man meinen, dem Monteur kann es egal sein, welchen Eindruck er beim Auftraggeber hinterlässt, wenn er seine Arbeit gut gemacht hat. Aber genau das stimmt nicht. Gute Arbeit er-

wartet der Klient als Selbstverständlichkeit. Und so ist es das miteinander auskommen, was darüber entscheidet, ob der Kunde mit der erbrachten Leistung zufrieden ist.

Erfolgreich und immer im Recht

Um mit dem Kunden gut auszukommen ist es wichtig, ihn so zu behandeln, wie er gerne behandelt werden möchte. Das bedeutet natürlich nicht, dass man dem Kunden das blaue vom Himmel herunter verspricht um ihn zufrieden zu

stellen. Denn spätestens beim „geht nicht“ stellte sich ja heraus, dass man zu weit gegangen wäre. Um den Kunden glücklich zu machen, schaltet man sich sozusagen auf seine Wellenlänge. Die aber, muss man erst einmal finden. Dazu ist es hilfreich, die Kunden gedanklich nach vier Kundentypen zu ordnen. Da gibt es zum Beispiel den Manager-Typen. Der sieht sich selbst gerne als knallharten Geschäftsmann und möchte bei seinen Mitmenschen nicht den Hauch eines Zweifels an seinem Erfolg aufkommen lassen. Also zeigt er, was er hat: Ein teures Auto ist ein Muss, und ein Designeranzug sollte es auch schon sein. In seiner Wohnung zeugen meist Urkunden oder Pokale von seinen Leistungen, die Einrichtung ist ehr kühl gehalten. Mit kalten Materialien, wie Glas, Beton, Marmor oder Stahl ist sein Haus ganz auf die klare Linie ausgerichtet, „Chrom statt Kiefer“. Und weil er ja so erfolgreich ist, meint der Manager-Typ, immer im Recht zu sein. Deshalb will er niemals lange um den heißen Brei herumreden. Um mit diesem schwierigen Typen nicht aneinanderzurasseln, muss man ihn zu nehmen wissen:

- Nur das Beste anbieten („Natürlich habe ich Ihnen nur die Spitzenprodukte angeboten.“)

- Vorteile immer klar herausstellen („Die Vorteile sind: ...“)
- Niemals das Wort „Falsch“ benutzen („Es leuchtet mir ein, wie Sie zu dieser Annahme kommen, aber bedenken Sie bitte ...“)
- Schnell auf den Punkt kommen („Die Arbeit kann ich innerhalb von zwei Stunden ausführen, das kostet Sie 250 Euro, inklusive des Arbeitslohnes“)
- Nur dann „Nein“ sagen, wenn etwas wirklich unmöglich ist

Er, der Manager, ist noch jemand, der als Kunde König sein will.

Infos sammeln als Hobby

Ganz anders muss man den Planer-Typ behandeln. Der will nämlich immer alles genau wissen. Er liebt Informationen und Fakten. Keine Einbauanleitung ist vor ihm sicher. Die wird studiert, bis er sie in- und auswendig kann. Die Wohnung ist eher durchschnittlich möbliert, zeugt aber von einer strategischen Ordnung. Egal wie alt das Gerät ist, nach dessen Bedienungsanleitung man sucht: Er hat sie griffbereit; katalogisiert und abgeheftet. Wenn die Arbeit ausgeführt wird, dann hat der Monteur mit Sicherheit Gesellschaft: „Sie verpressen die Rohrverbin-



Nichts dem Zufall überläßt der Planer-Typ. Er muss immer genau wissen, was läuft

dungsstellen? Bleibt das auch dauerhaft dicht? Gibt es da schon Langzeiterfahrungen?“ Der Planer-Typ braucht das Gefühl, alles genau zu kontrollieren und über jeden Handgriff Bescheid zu wissen. Diese Denke macht ihn zu einem höchst unflexiblen Zeitgenossen. Um mit ihm gut auszukommen gilt:

- Im Gespräch nur Fakten anführen („Die Vorteile liegen hier klar auf der Hand, nämlich ...“)
- Fachkompetenz zeigen („Auf diesem Gebiet haben wir große Erfahrung.“)

- Ungenauigkeiten vermeiden (klare Aussagen, exakte und pünktliche Arbeitsausführung)
- Arbeitsabläufe durchsprechen, damit nichts für den Kunden Unerwartetes passiert
Zeigt man dem Planer-Typ, dass man fachlich was los hat und die Arbeit pünktlich und exakt ausführt, ist man „sein“ Monteur.

Alltägliches unerwünscht

Weniger auf den Geist geht einem da schon der Visionär-Typ. Er ist ein Mensch vom

Schlag „liebesswerter Chaos“. Mit der Ordnung nimmt er es nicht so genau, weil er gedanklich meist in höheren Ebenen schwebt. Bodenständiges und Erprobtes reizen ihn nicht. Er will immer das Neue und das Besondere. Auch pfeift er auf gesicherte Fakten. Er begeistert sich schon an der Möglichkeit, das etwas funktionieren könnte. Allerdings sind die Möglichkeiten für ihn immer so vielseitig, dass er sich nur sehr schwer entscheiden kann. Um mit ihm gut Kirschen zu essen, muss man sein Entdeckergeist wecken und viele Entscheidungshilfen servieren:

- Nur das Neueste anbieten (Messe-Neuheit, Neuentwicklung etc.)
- Besonders die Sachen vorstellen, die ausgefallener sind (z. B. Designer-Waschtisch)
- Entscheidungshilfen geben („Also dieser Waschtisch, der wird ihnen mit Sicherheit gefallen.“)
- Im Gespräch gezielt nachfragen, wenn etwas unklar ist, um ihn nicht abschweifen zu lassen

Teilt man mit dem Visionär-Typ den Hang zum Ausgefallenen, hat man fast schon einen neuen Freund gefunden.

Nur nicht den Monteur verärgern

Einer, der dann tatsächlich als Kunde versucht, der Freund



Der Visionär-Typ ist in seiner Kreativität kaum zu bremsen und muss bei der Entscheidungsfindung geführt werden

des Handwerkers zu werden, ist der Harmonie-Typ. In seiner Wohnung mag er es gemütlich, die Einrichtung ist

gediegen und warm. So in Richtung Eichenschrank und schweinsblasenbespannte Stehlampe. Auch Antiquitäten

findet er Klasse. Im Umgang ist er pflegeleicht und zieht ein Gespräch über private Dinge einer fachlichen Beratung vor. Mit seinem passiven Verhalten in Sachen Technik möchte er allerdings erreichen, das der Handwerker auf ihn zukommt. Nur so kann er seine Wünsche äußern ohne befürchten zu müssen, den Monteur zu verärgern, weil er sich „eingemischt“ hat. Überhaupt ist dem Har-

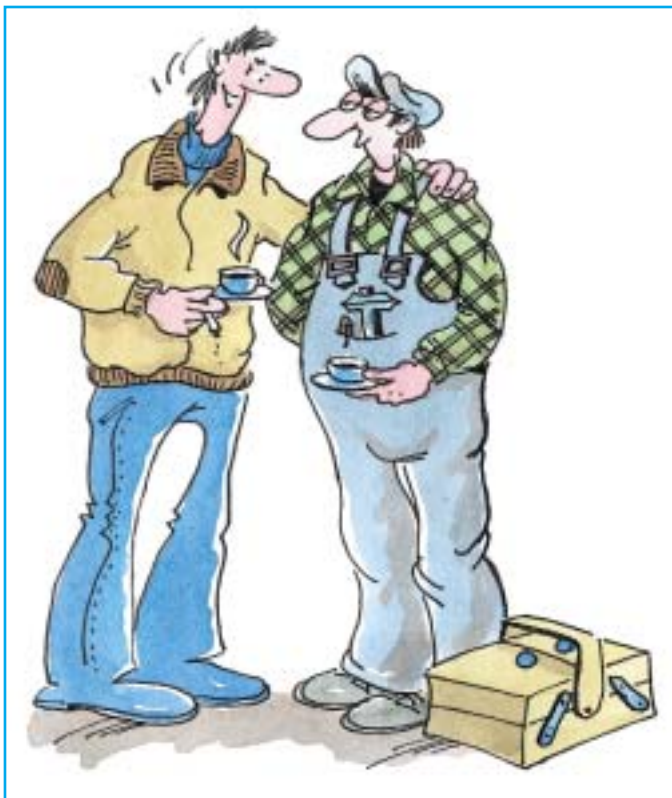
monie-Typen eine partnerschaftliche Auftragsabwicklung sehr wichtig. Dafür sollte man z. B. folgende Punkte beachten:

- Kunden in die Arbeiten mit einbeziehen („Hätten Sie die Leitungen lieber an der Wand oder an der Decke befestigt?“)
- Ideen oder Wünsche des Kunden loben („Dass Sie eine Solaranlage einbauen lassen, ist eine gute Idee.“)

- Zeit nehmen, auch für Gespräche, die nicht unmittelbar mit dem Auftrag zu tun haben („Wir machen dieses Jahr mit den Kindern Urlaub auf Mallorca.“)
- Wenn Pannen passieren, den menschlichen Faktor voranstellen („Ich kann mir nicht erklären, wie mir das passieren konnte.“)

Nun könnte man meinen, das der Harmonie-Typ die Ausnahme in der Kundschaft darstellt. Marktuntersuchungen zeigen aber auf, dass diese Klientengattung immer mehr die Oberhand gewinnt. Und damit wird die gute Beziehung zum Kunden so wichtig wie eine ordentliche Arbeitsausführung.

Natürlich findet man Kunden, die man exakt einem dieser vier Typen zuordnen kann, nur selten. Die meisten sind so genannte Mischtypen. Aber auch dann kann man die Neigung zu einer Wesensart erkennen, zum Beispiel der Manager, der auch ein wenig vom Planer mitbekommen hat. Oder der Harmoniesuchende der auch ein bisschen Visionär ist. Wenn man weiß worauf man achten muss, dann macht es Spaß, die Kunden einzuschätzen. Und wer dann seine Klientel entsprechend ihrer Mentalität behandelt, der kann auch schwierigere Zeitgenossen begeistern.



Der Harmonie-Typ möchte gerne der Freund seines Handwerkers sein

(Alle Bilder aus: „Der Sanitärinstallateur“, Verlag Handwerk und Technik, Hamburg)