



Der Kundendienstler ist das Aushängeschild des Unternehmens

Als Servicemonteur
beim Kunden

Eindruck machen

Das korrekte Auftreten eines Servicemonteurs beim Kunden wird heute genauso stark gewichtet, wie eine fachlich richtig ausgeführte Arbeit. Mehr noch: Die fachlich einwandfreie Arbeit erwartet der Kunde als Selbstverständlichkeit. So bleibt das Benehmen des Monteurs das wesentliche Kriterium, welches zwischen gut und schlecht entscheidet. Aber gerade beim Verhalten im Kundenhaus werden aus Unwissenheit oft Fehler gemacht, die Minuspunkte einbringen können.

Servicemann als Aushängeschild

Der erste Kontakt ist sehr wichtig, denn er entscheidet über Sympathie oder Antipathie. Kunden wünschen sich heute zuvorkommende und ordentliche Handwerker, doch die Realität beweist oftmals das Gegenteil. Dieses Image gilt es aufzupolieren, denn das

wirtschaftliche Bestehen eines Betriebes hängt heute von vielen Faktoren ab. Aber auch der zurzeit stetig anwachsende Konkurrenzkampf lässt das Überleben der Handwerksbetriebe immer schwieriger werden. Es ist heute längst nicht mehr so, dass nur die günstigste oder die schnellste Fir-

ma einen Auftrag erhält, sondern der Betrieb mit dem besten Ruf und mit den freundlichsten Mitarbeitern. Daran wird deutlich, wie wichtig es geworden ist, geschultes Personal im Kundenbereich einzusetzen. Servicemonteure haben den Stellenwert, mit ihrem Auftreten die Visitenkarte-



Bild: Willmat

des Betriebes zu sein. Aber gibt es ein Patentrezept für ein richtiges und gutes Auftreten? Wahrscheinlich nicht. Allerdings kann man Konfliktherde erkennen und sie somit auch vermeiden. Wie wichtig das ist, wird deutlich, wenn man sich vor Augen hält, dass ein unzufriedener Kunde im Durchschnitt acht potenzielle Kunden vertreibt. Und besonders der Service-Monteur hat täglich sehr viel Kundenkontakt. Diese Aufgabe erfordert also ein hohes Maß an Selbstdisziplin und Beherrschung.

Sie verdrecken die ganze Wohnung und am Schluss funktioniert's nicht

Erst kommen sie gar nicht. Dann kommen sie. Dann gehen sie gleich wieder weg: Sie haben nämlich ein Handwerkszeug vergessen. Kein Wunder, wenn man ihren Handwerkskasten sieht, so liegen da in schwärzlichem Durcheinander alte Hämmer, Zangen, angebrochene Stiele, krummgeschlagene Nägel, eine Feile und etwas schmutziger Bindfaden. Dann kommen sie wieder. Dann gehen sie frühstücken, dann kommen sie und sagen: „Ja, das funktioniert nicht.“ Und dann gehen sie wieder weg. Und dann kommen sie wieder und arbeiten furchtbar, drecken die ganze Wohnung ein, hämmern und klopfen . . . Dann gehen sie wieder weg. Dann probierst du es, was sie gemacht haben. Das funktioniert nicht. Und dann fängt alles wieder von vorne an.

Das Bild, das Kurt Tucholsky damals von den „Herren Installateuren“ hatte, muss heute Vergangenheit sein

Gas, Wasser, Sch...

Doch wie kann der Chef seine Mitarbeiter im Umgang mit Kunden schulen? Ein Kundendienstseminar kann hier von Vorteil sein. Dort wird der richtige Umgang mit Kunden trainiert. Monteur-Trainer-Lehrgänge sind eine Kostenfrage. Diese Anlage könnte sich jedoch für einen Unternehmer als eine rentable Investition erweisen. Das Bestehen eines Betriebes ist nicht mehr nur Unternehmersache, sondern auch zu einer wichtigen Aufgabe der Mitarbeiter geworden. Wir leben heute in einer Zeit in der wir alle an sehr hohe Qualitätsansprüche gewöhnt sind, aber auch in einer Zeit in der wir sehr viel Wert auf Umgangsformen legen. Denn: Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance! Die ersten groben Fehler werden alleine bei der Begrüßung gemacht. Man erinnere sich an die Szene aus dem Kultfilm „Werner“, in der sich der Geselle Eckerhart an der Tür von Frau Hansen vorstellt: „Tach, Firma Röhrich, Gas, Wasser, Scheiße!“ Und damit hat der Eckerhart dem Kunden schon vorgegeben, wie er sich selbst und



Eine professionelle Berufskleidung trägt viel zum positiven Image bei

wahrscheinlich auch seine Arbeit einschätzt. Gut, es muss ja nicht so krass wie beim Eckerhart laufen. Für einen negativen Eindruck reicht auch schon ein gelangweiltes „Guten Morgen, ich soll mal nach Ihrer Heizung gucken!“ Das möglichst wohl noch mit beiden Händen in der Tasche, da man ja sowieso nicht weiß, welches Werkzeug man wohl benötigen wird. Fazit: Der Kunde wird von der Motivation des Monteurs so nicht überzeugt.

Motivation spüren lassen

Bei einer freundlichen Begrüßung sollte der Kundenname, sowie Name der Firma und des Monteurs genannt werden. Natürlich ist auch der Grund des Besuchs nicht zu verschweigen. „Guten Morgen, Herr Panzer. Mein Name ist Nico Manz von der Nicolai Haustechnik. Sie haben da ein Problem mit Ihrer Heizung, das ich gerne für Sie beheben möchte.“ Mit so einer motivierten und sicheren Begrüßung wird der Betrieb vom Kunden positiv eingeschätzt. Für die Optik ganz wichtig ist, dass der Mann seine Werkzeugtasche dabei hat. Mit leeren Händen angetreten er-

SERVICE

weckt er nämlich sehr leicht den Eindruck: „Langsaaam, geht ja auf Stundenlohn . . .“ Zum positiven ersten Eindruck gehört auch ein gepflegtes Äußeres, also saubere Arbeitskleidung, die innerhalb eines Betriebs einheitlich abgestimmt ist. Das Unternehmenslogo und der Name des Mitarbeiters sollten auf dieser Kleidung selbstverständlich sein. Das fällt alles unter das so genannte Corporate Identity (Firmenleitbild).

Pluspunkte sammeln

Können Sie sich vorstellen, was in einer Hausfrau vorgeht, wenn sie jemanden mit dreckigen Baustel-

lenschuhen ins Haus lassen muss? Die Schuhe müssen sauber sein, eventuell ist sogar ein zweites Paar geputzter Schuhe als Reserve im Auto sinnvoll. Einen guten Eindruck macht es auch, wenn Schuhüberzieher eingesetzt werden. Das zeigt dem Kunden, wie behutsam der Monteur mit seinem Eigentum umgeht. Eine Schutzdecke, auf



Bild: Gebr. Steffen

Schutzüberzieher für die Schuhe und eine Unterlage für die Werkzeugtasche zeigen die Umsichtigkeit des Monteurs

Anzeige

Vorbereitungskurse zur Meisterprüfung

im Installateur- und Heizungsbauer-Handwerk
in Vollzeit und Teilzeitform
Beginn Januar 2004
Elektrofachkraft inkl.

Besuchen Sie uns im Internet auf der Seite

www.hwk-rhein-main.de

Information unter Telefon (0 69) 27 20 43 11
Schoenberger@hwk-rhein-main.de
Berufsbildungs- und Technologiezentrum
Schönstraße 21 · 60327 Frankfurt a. M.



HANDWERKSKAMMER
RHEIN-MAIN



der die Werkzeugtasche abgestellt und die Werkzeuge gelegt werden, ist dann die logische Fortsetzung. Die Werkzeuge sollten auch nicht kreuz und quer herumliegen, da man darüber stolpern könnte. Bei Bohrarbeiten innerhalb der Wohnung, sollte ein Staubsauger bereit stehen. Jeder Kunde wird für diese Geste ebenfalls einen dicken Pluspunkt vergeben. Verpackungen und Bauschutt sowie Müllreste haben beim Kunden abschließend nichts zu suchen. Sauberkeit ist das A und O eines jeden Fachmannes. Der Auftraggeber bekommt dadurch das Gefühl, dass er die richtigen Monteure im Haus hatte. Zum guten Ton gehört es auch, dass andere Räume der Wohnung nur dann betreten werden, wenn es für die Ausführung der Arbeiten nötig ist und der Kunde es gestattet hat. Selbstverständlich sollte es sein, dass in der Wohnung nicht geraucht wird. Und man tut

auch gut daran, während der Dienstzeit auf Alkohol zu verzichten; einen Monteur mit „Fahne“ lässt der Kunde zur Reparatur der Gasleitung bestimmt nicht so gerne ins Haus.

Mensch bleiben

Der Servicemann darf seine Arbeit nicht unnötig herauszögern, da die Arbeitsstunde einer Fachfirma heute seinen Preis hat. Jeder Kunde hat das Recht auf eine schnelle und fachlich korrekt ausgeführte Arbeit. Nach Beendigung der Arbeit gehört es sich, dem Auftraggeber die ausgeführte Arbeit zu erläutern und ihm zu erklären, wie sich die Stundenanzahl ergeben hat. So können vorab Streitigkeiten ausgeschlossen werden. Hilfsbereitschaft und Menschlichkeit sollten immer groß geschrieben werden. Dazu gehört es, dass der Geselle mit dem Lehrling ordentlich umgeht. Den Stift anschreien oder beschimpfen ist im Auge des Klienten (und Zeugen) nichts weiter als die deutlich gewordene fehlende menschliche Kompetenz des Ausbilders. Ferner kommt es immer wieder mal vor, dass gerade allein stehende, ältere Menschen auf die Hilfe anderer angewiesen sind. Der Oma Meier mal eben die Einkaufstasche in den vierten Stock zu tragen, kostet nur ein paar Minuten Zeit. Es kann aber gut sein, dass diese Geste ein Thema auf dem nächsten Kaffeekränzchen ist. Und da sitzen ja



Zum guten Erscheinungsbild gehört auch ein ordentlicher Firmenwagen

noch mehr potenzielle Kunden. Da ein Kundendienstmonteur das Aushängeschild eines Betriebes ist, sollte ein unfreundlicher Mitarbeiter, selbst wenn er die fachliche Kompetenz besitzt, nicht im Servicebereich eingesetzt werden. Viele Kunden messen die Qualität des Monteurs auch an seiner Kommunikationsbereitschaft. Ein Kundendienstmann sollte also nicht gerade aus einem Stummfilm entsprungen sein. Wird Fachliches besprochen, dann sind Fachbegriffe so weit wie möglich zu vermeiden. Sonst versteht der Kunde nur „Bahnhof“, fragt aber meist nicht nach, weil er sich nicht blamieren möchte. Ist der Monteur dann aus dem Haus, heißt es: „Hat der das aber blöde erklärt.“

Das Drum und Dran muss stimmen

Passt die menschliche Variante, muss auch die Ausrüstung den Eindruck vermitteln, dass hier Pro-

fis unterwegs sind. Einem Unternehmen, das sich mit verbeulten, rostigen und verdreckten Autos präsentiert, wird man nicht zutrauen, ein Spezialist für Hygiene oder Wartung zu sein. Und ein Firmenwagen, der mit 60 Sachen durch die Zone-30-Spielstraße rauscht, lässt nicht vermuten, dass ein verantwortungsbewusster Mensch am Steuer sitzt. Aus welchem „Stall“ der Rennwagen kommt, das

steht ja nun einmal groß genug auf dem Auto drauf.

Und da sind wir wieder beim Erscheinungsbild des Unternehmens. Das kann aus der Sicht des Auftraggebers nur dann positiv sein, wenn fachliche und menschliche Kompetenz, gepaart mit Rücksichtnahme und guter technischer Ausstattung gelebt werden. Kundendienst ist kein leichter Job – aber ein sehr schöner, weil man Erfolge direkt erfahren kann. Vorausgesetzt, man packt es richtig an.



Autor **Nico Manz** arbeitete selbst als Servicemonteur. Heute ist er angehender Installateur- und Heizungsbauermeister und studiert an der Technikerschule Butzbach die Fachrichtung Umweltschutztechnik im Schwerpunkt erneuerbare Energieträger. Manz ist zudem selbstständiger Heizkörperdesigner.

Telefon (0 60 33) 92 22 55
Telefax (0 60 33) 92 54 85
E-Mail info@designheizkoerper.com
Internet www.designheizkoerper.com