



Bilder: HaZweiOh /
Colorierung: Marina Scheele

Die fünf häufigsten Kundentypen

Richtig erkennen und behandeln

Täglich begegnen Sie den unterschiedlichsten Kundentypen. Jeder von ihnen ist anders. Jeder hat seine ganz spezielle Art, auf die Sie sich blitzschnell einstellen müssen. Ihr Geschick und Ihre Professionalität entscheiden über eine nur scheinbare Banalität: Wer den Kunden hat, der hat den Markt. Kunden sind schwer zu gewinnen, nicht leicht zu halten, aber schnell wieder zu verlieren. Ihr Kundenkontakt ist der Schlüssel zum Unternehmenserfolg.

Jeden so behandeln, wie er es gerne hätte

Wer glaubt, die perfekt ausgeführte Arbeit ebnet den Weg direkt in das Herz des Kunden, der irrt. Zumindest teilweise. Klar ist, dass eine schlechte Arbeitsleistung, Mängel und zeitverzögerte Ausführung nun nicht gerade dazu beitragen, dass der Kunde den Fachmann mag. Aber eine einwandfreie Arbeit erwartet der Kunde ohnehin von „seinem“ Handwerker. Was hier über Kundengewinn oder Kundenverlust entscheidet, ist die Chemie. Und die stimmt nun

eben zwischen Monteur und Kunde – oder sie stimmt nicht. Letzteres wäre schlecht. Der Volksmund sagt: „Rechtzumachen jedermann ist eine Kunst die Keiner kann“ – und irrt; denn genau das muss die Kunst eines Kundendienstlers sein. Um den Kunden richtig zu nehmen muss man wissen, dass man die Klientel im weitesten Sinne einem von fünf Kundentypen zuordnen kann. Auch wenn es den „reinen“ Kundentypen nur selten gibt und die meisten Menschen so eine Art Mischform aus mehreren Typen sind, überwiegt doch meistens eine Einstellungsrichtung. Hat man die erkannt, kann man sich auf ihn einstellen. Die folgenden Tipps sollen helfen, Ihre Kunden auf einfache, dabei clevere Art und Weise, für sich und Ihr Unternehmen zu gewinnen.

Kundentyp 1: Der Besserwisser

Tipp 1 So ein Unsinn

Der Besserwisser weiß über alles Bescheid und wird Sie dennoch mit

**Der Besserwisser:
Er kennt sich mit
Allem aus
(...glaubt er)
und möchte
dafür gelobt
werden**



Fragen löchern. Dies tut er, um Sie umgehend zu korrigieren. Er provoziert mit Vorliebe den Konflikt. Dabei erzählt er bewusst oder unbewusst Unsinn, beharrt aber dennoch auf seiner Meinung. Stellen Sie sich am besten vor, Sie müssten Ihren Chef auf diplomatische Weise von seiner falschen Meinung abbringen. Genauso sollten Sie den Besserwisser behandeln, wenn Sie ihn als Kunden gewinnen oder behalten möchten.

Tipp 2 Cool bleiben

Der alles besser wissende Kunde tritt energisch auf, ist oft leicht erregbar und egozentrisch. Er lässt Sie häufig nicht ausreden und fällt Ihnen dabei ins Wort. Als oberstes Prinzip gilt: bleiben Sie gelassen und



Der Nörgler:

Er macht alles Mies und möchte, dass Sie sich wehren – lassen Sie ihn einfach reden

souverän. Fassen Sie sich kurz und erteilen Sie ihm ruhig und präzise die gewünschte Auskunft. Er ist ein Besserwisser und ist auf eine bestimmte Meinung festgelegt. Seine eigene Meinung steht über allem. Sollten Sie sich auf Streitereien mit ihm einlassen, können Sie nur als Verlierer vom Feld gehen. Sagen Sie aber auch niemals: „Sie haben Recht.“ Wenn Sie das tun, dann ist alles gesagt. Recht ist schließlich nicht mehr steigerungsfähig. Anstelle dessen entgegenen Sie am besten mit diplomatischen Aussagen wie z. B.: „Ich verstehe Ihren Einwand.“ Das klingt für den Kunden nach Zustimmung (und bremst ihn emotional ein wenig ab); Sie haben im Gespräch aber keinen Boden verloren. Also gilt: bleiben Sie bei Besserwissern besonders cool.

Tipp 3

Geltungsbedürfnis = Lobdefizit

Der Besserwisser möchte für sein Wissen belohnt und gelobt werden. Wenn Sie ihm viel Lob und Zustimmung geben, befriedigen Sie sein starkes Geltungsbedürfnis. Stellen Sie ihm Fragen zu seinen Aussagen und Behauptungen, wie z. B.: „Weshalb sind Sie der Meinung, dass...?“ Solche Fragen muss er dann selbst beantworten. Wenn Sie es so schaffen, dass er Ihnen etwas erklärt, haben Sie so gut wie gewonnen. Denn die Selbstdarstellung stärkt sein Ego. Loben Sie sein Wissen, bevor Sie Ihren eigenen Vorschlag bringen. Mit etwas Fingerspitzengefühl – und wenn es tatsächlich irgendwie herleitbar ist – kann man ihm sogar das Gefühl geben, Ihr Vorschlag beruht auf seiner verbalen Vorarbeit. Getreu dem Motto: „Sie haben mich da auf eine Idee gebracht...!“

Kundentyp 2: Der Nörgler

Tipp 4

Gehen Sie ihm nicht auf den Leim

Der Nörgler hat an allem herumzumeckern: da ist der Preis entschieden zu hoch, dort stimmt die ausgesuchte Farbe nicht überein, hier ist das Personal nicht engagiert genug. Ein Kunde, dem Sie kaum etwas recht machen können. Doch dies ist Ihre Chance. Der wichtigste Tipp: kein Widerspruch! Keine „Verteidigung“ – wer sich verteidigt, der lässt erkennen, dass er sich angegriffen fühlt. Passiert das, dann ist die Schlacht eröffnet. Bleiben Sie ruhig, selbst wenn er Sie provozieren will. Auch wenn es Ihnen schwer fällt. Denken Sie sich ganz einfach, der meckert gar nicht über Sie oder über Ihr Unternehmen, der meint jemand ganz anderen. Mit diesem Trick gehen Sie ihm nicht auf den Leim und werden somit nicht zu seinem Opfer.

Tipp 5

Bloß keine Fehler!

Wenn Sie den Nörgler für sich gewinnen wollen gilt: Fassen Sie ihn mit Samthandschuhen an. Seien Sie besonders professionell in dem, was Sie tun. Er beobachtet Sie bei Ihren Bemühungen ununterbrochen. Sie dürfen sich bei Ihren Aussagen keine Fehler erlauben. Er wartet darauf, Ihre Kompetenz als Insider in Frage zu stellen und Sie bloßzustellen. Das Gegengift gegen Nörgler ist Professionalität.

Tipp 6

Notizen machen

Sehr oft wird Sie der Nörgler merken lassen, dass er genervt ist. Er verhält sich provozierend und ist auf Streit eingestellt. Sie haben eine harte Nuss zu knacken. Fordern Sie ihn auf, seine Wunschvorstellung detailliert zu beschreiben. Machen Sie sich dazu Notizen. So können Sie ihm immer wieder zeigen, was er will. Sprüche wie: „Nein, so habe ich das doch nicht gemeint! Haben Sie das denn immer noch nicht begriffen?“ ziehen nicht mehr. Sie haben mit ihm zusammen schließlich fixiert, was das Ziel seiner Begierde ist. Und dann gehen Sie auf die Suche. Mit viel Sachkenntnis können Sie ihn beeindrucken. Dabei haben Sie allerdings nur begrenzt Zeit zur Verfügung, denn der Nörgler will seine Wünsche nach Möglichkeit auf der Stelle verwirklicht haben.

Der Misstrauische: Er vermutet hinter jeder Abweichung vom Plan Inkompetenz oder Betrug



Kundentyp 3:

Der Misstrauische

Tipp 7

Seien Sie besonders detailgenau

Der misstrauische Kunde hat oft schlechte Erfahrungen gemacht. Er hat das Bedürfnis, alles zu überblicken. Er muss das Gefühl haben, die Lage jederzeit im Griff zu haben. Seine Unsicherheit veranlasst ihn, alles zu kontrollieren und zu hinterfragen. Unterbrechen Sie ihn nicht. Würgen Sie sei-

ne Ausführungen nicht ab, sondern lassen Sie ihn ausreden. Wenn Ihnen dabei etwas unklar ist, fragen Sie am besten nach. So erkennt er die Ernsthaftigkeit Ihrer Bemühungen. Für ihn ist besonders wichtig, dass Sie ihm keine Antwort schuldig bleiben. Deshalb gilt: Seien Sie penibel in der Beantwortung aller Fragen. Seien Sie dabei besonders detailgenau. Das gilt auch für den geplanten Arbeitsablauf: Erklären Sie ihm, wie Sie vorgehen werden und warum Sie das so und nicht anders machen. Wenn er weiß, welcher Arbeitsgang als nächstes folgt, ist sein Kontrollbedürfnis befriedigt und das gibt ihm Sicherheit.

Tipp 8 **Punkt für Punkt abarbeiten**

Der Misstrauische macht mit seiner Körpersprache deutlich, wie er Ihnen gegenüber eingestellt ist: er mustert Sie von oben bis unten. Oft hält er

den Kopf betont schräg zur Seite und runzelt kritisch die Stirn. Entscheidend für das Gespräch mit ihm: erfassen Sie alle Punkte, die ihn so misstrauisch stimmen. Wenn Ihnen das gelingt, können Sie genau an diesen Punkten mit ihren zielsicheren Argumenten seine Skepsis zerstreuen.

Tipp 9 **Handfeste Beweise**

Charakteristisch für den misstrauischen Kunden ist, dass er zunächst abwartet, was Sie ihm erklären. Er ist meist zunächst wortkarg und stellt dann im weiteren Gesprächsverlauf deutliche Fragen. Beantworten Sie seine Fragen der Reihe nach. So fühlt er sich von Ihnen verstanden und akzeptiert. Der Misstrauische nimmt Sie beim Wort. Er hört genau zu und legt Ihre Worte auf die Goldwaage. Sie sagen ihm: „Morgen um acht Uhr bin ich bei Ihnen und werde die bespro-

chenen Arbeiten ausführen.“ Wenn Sie dann am nächsten Tag aber erst um zehn Minuten nach acht auf der Matte stehen, haben Sie sein Misstrauen gefüttert und Ihren Bonus verspielt. Was die Kaufentscheidung angeht, gilt: Üben Sie keinerlei Druck auf ihn aus. Er will selbstständig entscheiden. Ohne Bedrängnis. Vor allem zählt für ihn eines: handfeste Beweise. Liefern Sie ihm diese.

Kundentyp 4: **Der Fragensteller**

Tipp 10 **Sozialarbeiter gefragt**

Der Fragensteller wird Ihnen von Beginn an das sprichwörtliche Loch in den Bauch fragen. Dabei will er alles haargenau wissen. Er löchert Sie mit endlosen Fragen, bis Sie ihm auch das letzte Detail erklärt haben. Jetzt

Jetzt bestellen:

Das clevere Service-Paket exklusiv für SBZ-Monteur-Leser:

- 1 Kursbuch Service
- 1 Paar rote Überziehschuhe für den guten Eindruck
(Wichtig: Schuhgrößen mit angeben!)

Sonder-Preis: 33,- € zuzüglich MwSt. und Versandkosten in Höhe von 8,- € (ab einem Netto-Bestellwert von 60,- € erfolgt die Lieferung frei Haus).

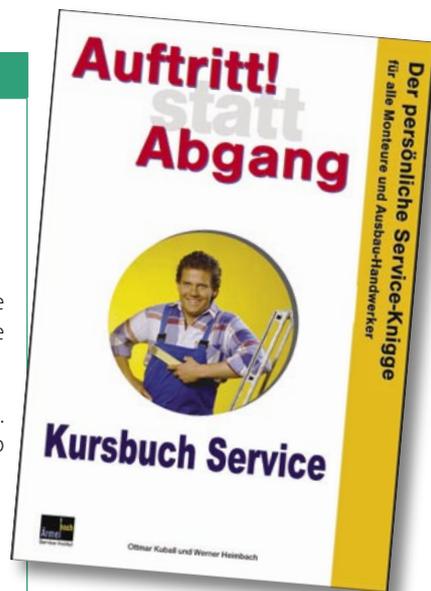
Kursbuch Service einzeln: Sonderpreis 18,- € zuzüglich MwSt. und Versandkosten in Höhe von 4,- €. Ab Bestellwert 60,- € netto frei Haus

Bestellen Sie jetzt online unter **www.shk-pakete.de**

Bestell-Telefon-Hotline (07 11) 63 67 28 57

Bestell-Telefax (07 11) 63 67 27 57

Mail: peters@gentnerverlag.de



Der Fragensteller: Neugier ist sein zweiter Name – füttern Sie seine Wissensbegier



Ist Ihr Talent als Sozialarbeiter gefragt. Wenn Sie diesen Kundentyp für sich gewinnen wollen, liegt der Schlüssel darin, ihm geduldig zuzuhören. Achten Sie darauf, dass Ihre Antworten umfassend erfolgen, ohne eine einzige Detailfrage vergessen zu haben. Ihre Geduld wird sich für Sie lohnen. Der Fragensteller schätzt besonders gute Zuhörer.

Tipp 11

Bitte Sie zum Diktat

Woran können Sie den Fragensteller erkennen? Er ist penetrant, wissbegierig und aufdringlich. Nicht selten hat der Fragensteller sogar Kuli und Notizblock dabei, um sich jedes Detail aufschreiben zu können. Wenn Sie ihn außerordentlich beeindruckt möchten, sollten Sie ihm besonders wichtige Daten und Fakten in seinen Block „hineindiktieren“. Er wird es schätzen, dass Sie seine spezielle Art des Gesprächs unterstützen.

Kundentyp 5: Der Schwätzer

Tipp 12

Zuhörprofi gesucht

Der Schwätzer lässt Sie kaum zu Wort kommen und redet wie ein Wasserfall. Dabei schweift er ständig vom Gesprächsthema ab und berichtet

Ihnen auch Privates („Meine Tochter hat ihr Abitur mit der Note zwei bestanden und will Biologielehrerin werden. Als nächstes fährt sie aber für vier Wochen nach Irland...“). Ihr Talent als Zuhörprofi wird Ihnen helfen, diesen Kunden für sich zu gewinnen. Der Schwätzer will für das Gesagte gelobt werden. Deshalb sollten Sie die tolle Abiturleistung seiner Tochter nicht einfach übergehen, sondern bewundernd würdigen.



Der Schwätzer: Quasselt über Gott und die Welt – und wehe, das interessiert Sie nicht

Tipp 13

Nutzen Sie Redepausen

Da der Schwätzer oft ohne jede Unterbrechung „philosophiert“ und berichtet, sollten Sie einen passenden Moment abwarten, um zu Wort zu kommen. Sagen Sie zum Beispiel: „Da bin ich völlig Ihrer Meinung, Sie haben vollkommen Recht.“ Und mit Nachdruck: „Und deshalb lassen Sie uns die Möglichkeiten ... genau betrachten.“ Sobald sich die kleinste Redepause bietet, sollten Sie entschlossen einsteigen, ohne Freundlichkeit zu verlieren. Da auch ein Schwätzer nicht ohne Atem zu holen reden kann, werden Sie im Gespräch permanent die Chance erhalten, Redepausen für Ihren Gesprächseinstieg zu nutzen.

Tipp 14

Schaffen Sie ein Sympathieplus

Wenn Sie den Schwätzer zunächst einmal reden lassen und ihm interessiert zuhören, schaffen Sie ein wichtiges Sympathieplus. Wenn Sie eine Redepause geschickt für Ihre eigene Argumentation genutzt haben, wird er Ihnen oft ins Wort fallen. Geben Sie keinesfalls zu erkennen, dass Sie sich über seine Unart ärgern. Sagen Sie keinesfalls genervt: „Jetzt lassen Sie mich doch bitte auch einmal ausreden“. Nutzen Sie besser die nächste Redepause und beginnen Sie Ihre Erläuterungen mit einem Lob, da er dafür besonders empfänglich ist.

Natürlich muss man beim Umgang mit Kunden auch mal buchstäblich über seinen Schatten springen. Aber es macht Spaß, einen glücklichen Stammkunden zurückzulassen... besonders dann, wenn man bedenkt, dass man das erfolgreiche Kundengespräch selbst gelenkt hat.



Unsere Autoren **Ottmar Kuball** (l.) und **Werner Heimbach** von HaZweiOh sind als Trainer, Berater und Buchautoren in der SHK-Branche für clevere Service-Ideen bekannt und führen auch Service-Trainings für Mitarbeiter durch.
(www.hazweioh.com)