

VORSICHT, WENN ES UM DEN BETRIEB GEHT

Mitgehört und falsch verstanden



Wenn man mit seinem Kollegen vor Ort beim Kunden ist, gibt es schon mal Anlass über den Betrieb zu sprechen. Nicht selten sind es auch die Kunden, die das Gespräch auf das Unternehmen bringen. Dann ist Vorsicht angesagt. Denn was als lockere Bemerkung gemeint ist, kann der Auftraggeber ganz anders verstehen.

Achtung, der Kunde hört mit!
Vor Ort darf man nicht negativ über seinen Betrieb sprechen oder interne Dinge diskutieren

So bekommt er die eine oder andere Aussage buchstäblich in den „falschen Hals“ und macht sich dann folglich unbegründet negative Vorstellungen vom Betrieb, der für ihn tätig ist. Und wer möchte schon gerne auch künftig Unternehmen beauftragen, bei denen abschlägige Schwingungen im Spiel sind?

ZUKUNFT ZERQUASSELT?

Da ist man zum dritten Mal in Folge zum Bereitschaftsdienst am Wochenende verdonnert worden. Und exakt dieses Schicksal muss man rein emotional teilen. Schnell heißt es dann: „Mensch, der Alte hat mich auf'm Zug! Denn immer erwischt es mich!“ Hört das der Kunde, entwickelt sich vor seinem geistigen Auge das Bild des menschenverachtenden Ausbeuters. Wer will so einem Schwein dann noch das Geld in den Rachen schieben? Dass die Wahl des „Notdienstbeauftragten“ aber in der Sommerferienzeit aus rein sozialen Gesichtspunkten auf den Single ohne Kinder fiel, wird der Kunde dann kaum mehr wahrnehmen. So schnell kann also eine unbedachte Äußerung dem Unternehmen Schaden zufügen. Wer nun als betroffener Monteur denkt „Recht so!“, der ist sich nicht ganz im Klaren darüber, dass seinen Lohn am Monatsende eigentlich gar nicht der Boss zahlt, sondern eben der Kunde, dem der schlechte Eindruck vermittelt wurde. Für die Zukunft ergibt das folglich eine eher wackelige Prognose, bezogen auf die persönlichen Sicherheiten.

THINK WELL!

Um das zu verhindern, muss der Kunde einen positiven Gesamteindruck vom Unternehmen gewinnen. Dazu muss man eine positive innere Einstellung zu seinem Arbeitsplatz haben, auch wenn es aktuell Probleme gibt. Aus einer solchen Haltung heraus ergibt sich von selbst, dass man in einer bejahenden Art von seinem Unternehmen spricht.

Monteur Fröhlich denkt so:

„Natürlich gibt es auch unangenehme Arbeiten. Das verdirbt mir aber nicht die Freude, in ‚meiner‘ Firma zu arbeiten. Ich identifiziere mich mit meiner Firma. Ich betrachte Probleme als meine eigenen. Ich fühle mich mitverantwortlich für den guten Ruf des Betriebes. Ich bin schließlich sogar ein bisschen stolz darauf, in diesem Unternehmen zu arbeiten.“

Eine solche innere Haltung kann man als unternehmensbejahende Einstellung bezeichnen. Und so etwas spürt auch der Kunde. Die Redensarten eines Monteurs, der zu seinem Be-

trieb steht, wie Kollege Fröhlich, werden automatisch positiv bewertet.

NICHT INS HORN PUSTEN

Wenn der Kunde sich in irgendeiner Weise negativ über das Unternehmen äußert, darf man nicht zustimmen. Klar, mit einer Zustimmung, mit der man „in das Horn des Kunden pustet“, entgeht man persönlich der Kritik. Wenn man sich in dieser Situation somit auf die Seite des Kunden stellt, muss man ja automatisch gegen seinen Betrieb sprechen. Und das darf nicht sein. Das oberste Gebot der Stunde lautet schließlich: „Beschmutze nicht das eigenen Nest!“ Es kann durchaus sein, dass man beim Kunden mit Fehlern konfrontiert wird, die Kollegen verursacht haben. Hier heißt es, wertfrei zu kommunizieren. Es dürfen keine negativen Bemerkungen fallen. Es wäre zwar verständlich und natürlich, wenn man über den Kollegen vom Lager schimpft, weil er das falsche Ersatzteil bestellt hat und man nun ein Problem beim Kunden hat. Aber es ist eindeutig falsch. Wer sich als Monteur beim Kunden negativ über einen Mitarbeiter äußert, betreibt Nestbeschmutzung. Negative Kommentare bedeuten schließlich, dass man dem Kunden indirekt empfiehlt, beim nächsten Bedarf zur Konkurrenz zu gehen. Jedes Gespräch muss also so verlaufen, dass die Vertrauensbasis erhalten bleibt.

Ein guter Monteur bemüht sich stets, dem Auftraggeber ein günstiges Bild vom Unternehmen zu vermitteln. Stellen sich bei der Lieferung und Montage Fehler heraus, muss der Kunde den Eindruck gewinnen, dass so etwas tatsächlich das allererste Mal passiert ist, der Fall also die absolute Ausnahme darstellt. Ein anderer Eindruck stellt die Kompetenz des Betriebes in Frage und der Kunde überlegt bei einem weiteren Auftrag, ob er nicht doch lieber einen anderen Handwerker ruft.



AUTOR



Dipl.-Betw. Rolf Leicher ist Kommunikationstrainer und Autor. Er bietet Tagesseminare über Vertrieb und Marketing an.
Telefon (0 62 21) 80 48 82
Telefax (0 62 21) 80 93 41
E-Mail rolf.leicher@t-online.de