

KUNDENTYPEN ERKENNEN UND RICHTIG BEHANDELN

Oberflächlich betrachtet sind alle gleich
- wer aber genau hinschaut, erkennt, wie
der Einzelne behandelt werden möchte



Wenn man weiß, wie sie ticken...

...dann kann man sie auch richtig behandeln. Denn Kunde ist nicht gleich Kunde. Ein Umgang, der bei dem einen super ankommt, lässt einem beim nächsten Kunden total danebenliegen. Lesen Sie hier über die Kunst zu erkennen, wie Kunden gepolt sind und wie man damit umgeht.

Jeder Kunde ist ein Individuum mit ganz speziellen Ansichten, Abneigungen und Vorlieben. Aber dennoch kann man die Kunden vier Haupttypen zuordnen. Selten wird man diesbezüglich einen wahrhaftig „reinrassigen“ Kundentyp entdecken. Die allermeisten Klienten sind Mischtypen, die sich aus den vier Basistypen definieren. Aber auch dann kann in aller Regel immer ein Schwerpunkt entdeckt werden. Und hat man ausgemacht, in welche Richtung der Kunde tendiert, kann man abschätzen, was er mag und was er nicht mag und ihn dann so behandeln, wie er gerne behandelt werden möchte.

DER SCHATTENSPRINGER

Hier muss die besondere Fähigkeit des Monteurs vor Ort liegen... er muss sich anpassen können. Auch wenn er selbst zum Beispiel gar nichts um Gardinen am Fenster gibt und diese am liebsten abreißen möchte, muss er die im Kundenhaus bewundern und mit Respekt behandeln, wenn der Kunde auf Gardinen steht. Wer sich hier mit den Stoffvorhängen rüde benimmt, der erntet beim Kunden, dem Stores-Liebhaber, keine Pluspunkte. Im Gegenteil. Oft bezieht der Kunde das nicht nur auf die Person des Monteurs, sondern auf das Unternehmen generell: „Das waren ja vielleicht Rabauken, die in meiner Wohnung tätig waren. Die haben ja auf nichts Rücksicht genommen!“ Wer aber einmal über seinen eigenen Schatten gesprungen und auf den Kunden zugegangen ist, der wird schnell feststellen, dass sich das in jedem Fall gelohnt hat: Man kommt mit dem Auftraggeber besser klar, er wirkt pflegeleichter - und man selbst erreicht schneller das, was man sich vorgenommen hat.

DIE VIER TYPEN

Eine typbezogene Kundenbehandlung dient folglich dem stressfreien und erfolgreichen Kundenkontakt. Folglich ist es nötig, sich mit den vier Haupttypen auseinanderzusetzen und sich zu merken, wie man sie nehmen muss.

Der Manager

Am schwersten hat es sicher der, der auf den so genannten Manager-Typ trifft. Der Manager ist davon überzeugt, dass er selbst der Größte ist. Alle anderen können ihm höchstens nacheifern – aber ganz sicher nie erreichen (meint er). Der Manager-Typ sagt, was und wie er es haben möchte. Er will die Oberhand behalten und sich durchsetzen. Für ihn gilt der Grundsatz: „Ich, der Kunde, bin König; der Handwerker kann mir das Wasser nicht reichen. Ich bin der Mittelpunkt der Welt.“

Erkennungsmerkmale des Manager-Typs:

- liebt Statussymbole, z. B. teure Autos, Villa, großer Schreibtisch, Designeranzug etc. und „kalte“ Materialien wie Glas, Beton, Granit, Marmor, Stahl
- stellt seine Erfolge buchstäblich aus (Pokale vom Golfturnier, Zeitungsartikel über ihn eingerahmt an der Wand, etc.)
- verträgt keinen Widerspruch, glaubt immer Recht zu haben - außer ihm hat ja sowieso keiner Ahnung
- trifft Entscheidungen sehr schnell, denn ein Mann wie er, der braucht niemanden zu fragen
- wird schnell ungeduldig

Im Umgang mit dem Manager-Typ darf man ihm nur das Beste anbieten und man muss die Vorteile immer klar herausstellen. Kostengünstige Alternativlösungen kommen für ihn nicht in

Frage – schließlich ist das Beste gerade gut genug. Dabei muss man schnell auf den Punkt kommen. Er will zeigen, dass er von jetzt auf gleich Entscheidungen fällen kann. Er muss über nichts nachdenken und vor allem muss er sich

vorab mit niemandem besprechen.

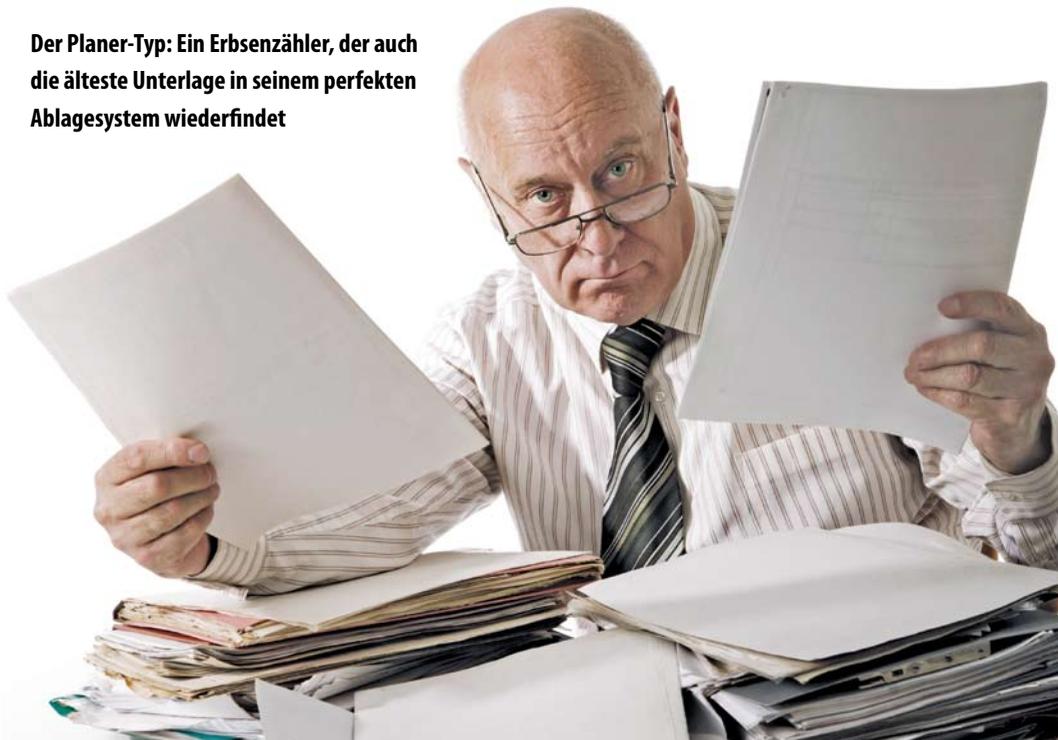
Aussagen wie „das kann ich Ihnen jetzt nicht so genau sagen“ oder „da muss ich erst mal meinen Chef fragen“, disqualifizieren den Monteur als Gesprächspartner für den Managertypen.

Auch „Nein“ sagen, darf man nur dann, wenn etwas wirklich utopisch ist. Ansonsten muss gelten: „Unmögliches wird sofort erledigt, Wunder dauern etwas länger...“ Beispiel: „Ich biete



Der Manager-Typ: Er ist der Größte und der Beste, dann kommt lange nix und dann der Monteur

Der Planer-Typ: Ein Erbsenzähler, der auch die älteste Unterlage in seinem perfekten Ablagesystem wiederfindet



Ihnen eine Waschtischanlage mit den Spitzenprodukten von XYZ an. Sie haben die Informationen bis morgen früh. Wenn Sie es wünschen, können wir die Montage für nächste Woche einplanen.“

Der Planer

Der Planer-Typ ist da ganz anders gestrickt - aber vom Handling her genauso unangenehm wie der Manager. Der Planer-Typ möchte immer alles genau wissen. Er ist der Typ, der jede Einbauanleitung bis ins Detail hinterfragt. Er ist auch der Typ, der alle Geräteunterlagen archiviert hat und selbst 20 Jahre alte Bedienungsanleitungen systematisch wieder zu Tage fördert. Der Planer-Typ muss das Gefühl haben, alles genau zu verstehen und zu kontrollieren.

Erkennungsmerkmale des Planer-Typs:

- unflexibler Mensch, bei dem alles seinen gewohnten Gang gehen muss
- ausgeprägter Hang zum Kleingedruckten
- liebt Fakten und Informationen
- erwartet, dass sein Gesprächspartner bestens informiert ist
- verachtet unprofessionelle Verhaltensweisen

Hat man mit dem Planer-Typ zu tun, sollte man im Gespräch nur Fakten anführen und Fachkompetenz zeigen. Wer hier (wahrheitsgemäß) eine Frage mit „...das muss ich erst einmal nachlesen...“ beantwortet, hat in den Augen des Planers aus-

gespielt. Ungenauigkeiten müssen im Gespräch auf jeden Fall vermieden werden. Vor allem aber muss man mit einem Planer alle Arbeitsabläufe durchsprechen, damit nichts für ihn Unerwartetes passiert. Steht er einem bei der Ausführung einer Wartungsarbeit im Nacken, muss man ihm Schritt für Schritt erklären, was man da so macht - wer hier nur „macht“, aber nicht spricht, der erweckt den Argwohn des Planertypen. Beispiel: „Die Wartung werden wir nach DIN 1988-8 an

Ihrer Trinkwasseranlage durchführen. Einen Wartungsplan gebe ich Ihnen hier. Gerne können wir die einzelnen Arbeitsschritte vorab besprechen. Wir werden morgen um acht Uhr mit der Ausführung der Arbeit beginnen.“ Aber Vorsicht: Wenn gesagt wurde, dass man um acht Uhr mit den Arbeiten beginnt und man ist dann (der Stau lässt grüßen) um fünf nach acht vor Ort, dann hat man schon wieder schlechte Karten - denn geplant war ja acht Uhr.

Der Visionär

Während Manager und Planer direkt Nerven kosten, geht einem der Kundentyp Nummer drei erst längerfristig auf den Wecker: der Visionär. Der Visionär-Typ kann mit dem Begriff „liebenswürdiger Spinner“ schnell umschrieben werden. Er ist nett und umgänglich, gibt sich aber nicht mit Herkömmlichem zufrieden. Er will immer experimentieren, Neues ausprobieren. Einem Visionär-Typ ist es nicht wichtig das Beste einzukaufen - er möchte immer das Neueste bekommen, etwas das noch kein anderer hat. Die Messeneuheit eben oder das Produkt, das soeben den Designerpreis verliehen bekam.

Erkennungsmerkmale des Visionär-Typs:

- befasst sich am liebsten mit Möglichkeiten statt mit Gewissheiten
- ist ein nachdenklicher Typ
- kann sich nicht klar entscheiden
- sehr fantasievoll und flexibel
- für ihn liegt die wahre Ordnung im Chaos



Der Visionär-Typ: Alles Irdische kann ihm gestohlen bleiben, der siebente Himmel der Möglichkeiten ist seine Welt

Dem Visionär-Typ darf man nur das Neueste anbieten und besonders die Sachen vorstellen, die ausgefallener sind. Man muss ihm aber Entscheidungshilfen geben und im Gespräch gezielt nachfragen, wenn etwas unklar ist. Da er nie selbst zu einer Entscheidung kommt, muss man ihm diesbezügliche Entscheidungshilfen anbieten. Beispiel: „Unser Unternehmen hat jetzt ganz neu die Wellness-Duschen im Programm, die erst auf der Messe in diesem Monat vorgestellt wurden. Sie sind einer der ersten Kunden, denen ich das überhaupt anbiete. Wir sollten das gleich in der nächsten Woche einbauen, einverstanden?“

Der Harmonie-Typ

Obwohl immer behauptet wird, dass der Kunde der König sein will, ist das falsch. Über die Hälfte der Kunden kann nämlich dem Typ des Harmoniesuchenden zugeordnet werden. Er möchte immer und überall dabei sein. Er sucht Zuneigung und Lob und möchte den Handwerker als seinen Freund verstehen. Für diesen Schlag Kunden tätig werden zu dürfen, entschädigt für die anderen drei Typen, die durchaus Nerven kosten.

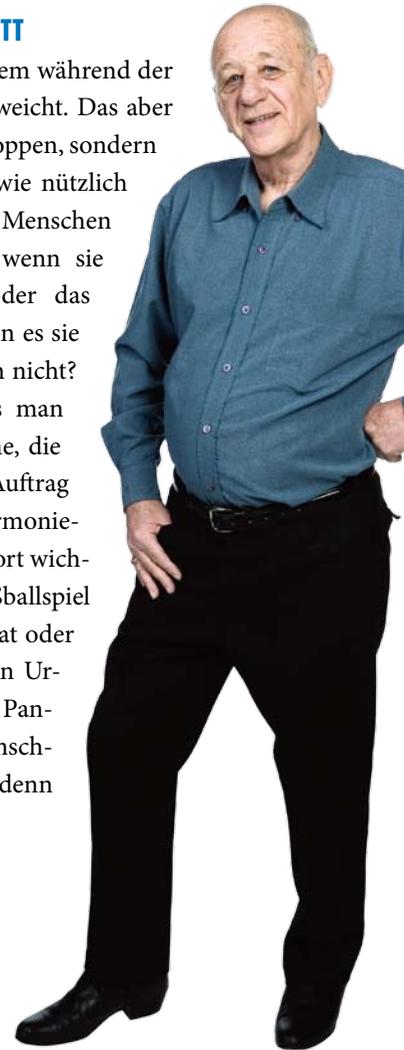
Erkennungsmerkmale des Harmonie-Typs:

- legt großen Wert auf Moral und Ethik
- liebt Antiquitäten oder gediegene Einrichtung
- geht jedem Streit aus dem Weg oder versucht sofort zu schlichten
- zieht ein nettes Gespräch jeder fachlichen Beratung vor, ist sehr geduldig und verzeiht Fehler

Im Umgang mit dem Harmonie-Typ muss man ihn in die Arbeiten mit einbeziehen und seine Ideen oder Wünsche loben. Er möchte einfach gefragt werden - auch wenn die Fragen (ganz sachlich betrachtet) tatsächlich überflüssig sind. So erkundigt man sich beispielsweise, ob die Rohrleitungen im Kellergang auf der rechten oder doch lieber auf der linken Seite installiert werden sollen. Hat der Klient die Wahl getroffen, sollte man ihm dafür Anerkennung zollen („Ja, ich glaube, da haben Sie Recht...“).

NUMMER VIER – EINFACH NETT

Es kann auch sein, dass er einem während der Arbeiten nicht von der Seite weicht. Das aber nicht, um die Arbeitszeit zu stoppen, sondern in der Hoffnung, sich irgendwie nützlich machen zu können. Solchen Menschen gibt man Selbstbestätigung, wenn sie die Werkzeuge anreichen oder das Messgerät halten dürfen. Wenn es sie glücklich macht - warum auch nicht? Wichtig ist dabei auch, dass man sich Zeit nimmt für Gespräche, die nicht unmittelbar mit dem Auftrag zu tun haben. Hier ist dem Harmoniesuchenden das persönliche Wort wichtig - eben ob man sich das Fußballspiel am Wochenende angesehen hat oder wo es in den Sommerferien in Urlaub hingehen soll. Passieren Pannen, soll man sofort den menschlichen Faktor voranstellen; denn dieser Kunde verzeiht Fehler schnell. Am liebsten möchte er der Freund des Handwerkers sein. Wer bei den harmoniesuchenden Kunden die Rolle des „netten Handwerkers von nebenan“ spielt, der hat mit ihnen ein sicherlich gutes Auskommen.



Der Harmonie-Typ: Er möchte, dass der Handwerker sich bei ihm wohlfühlt und ist auch an Persönlichem interessiert

Und in der Regel sind sie es auch, die nach Abschluss der Arbeiten in die Tasche fassen und ein schönes Trinkgeld spendieren. Es ist also sehr hilfreich, wenn man sein Gegenüber einschätzen kann und erkennt, zu welchem Kundentyp er tendiert. Dann weiß man, wie er behandelt werden möchte und der Tag läuft einfach stressfreier. ■