

EXTREME KUNDENWÜNSCHE

Die Schwierigkeit, „Nein“ zu sagen

Kunden haben oft extreme Wünsche, die den Monteur vor Probleme stellen. Vor allem der jüngere Monteur fühlt sich verunsichert, wenn ein älterer Kunde forsch auftritt und seine besonderen Wünsche hartnäckig vorbringt. Dabei geht es vor allem um nicht vereinbarte Arbeiten oder einen zusätzlichen Auftrag, den der Kunde vor Ort als selbstverständlich einfordert.

Überzogene und arrogant vorgetragene Kundenwünsche gilt es geschickt abzuwehren. Das ist nicht immer leicht

Die Arbeiten liegen meist außerhalb der Vereinbarung oder des Angebots und sind mit erheblichem Zeitaufwand verbunden. Dadurch entstehen auch zusätzliche Kosten und die nachfolgenden Montagetermine verschieben sich zum Ärger der folgenden Kunden.

ERSTE HILFE

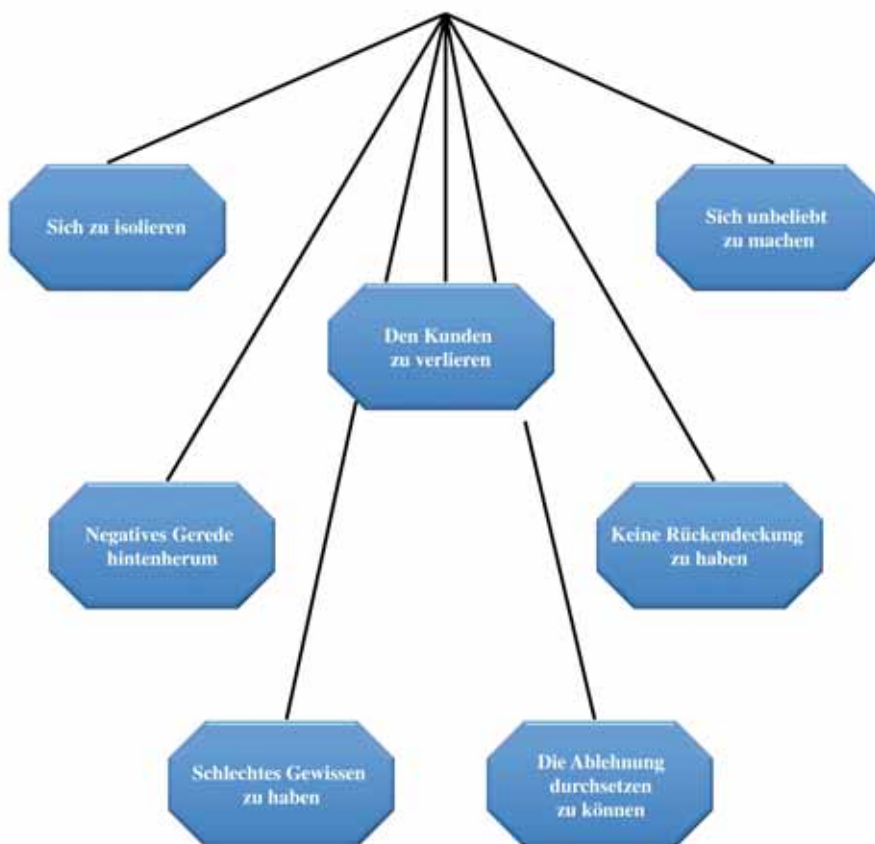
Außergewöhnliche Wünsche an den Monteur können über Handy mit dem Chef besprochen werden. Er wird in vielen Fällen zu keinem endgültigen Urteil kommen und ist auf die fachlichen Aussagen seines Mitarbeiters angewiesen. Technische Sonderwünsche des Kunden müssen vor allem auch die gesetzlichen Vorschriften berücksichtigen. Die Einhaltung von Vorschriften hat oberste Priorität und anspruchsvolle Kunden werden am besten überzeugt, wenn man ihnen die Vorschriften auch vorlegt und nicht nur erwähnt. In diesem Fall hat der Monteur eine gute Begründung für seine Absage.

Fürchten Sie, das Wohlwollen Ihres Kunden zu verlieren, wenn Sie seinen Wunsch ablehnen? Dann wird Ihnen ein „Nein“ immer schwerfallen. Wer es verlernt hat nein zu sagen, kann nichts mehr durchsetzen. Viele Kunden wollen die Grenze finden, testen einfach, wie weit sie mit ihren Forderungen gehen können, besonders wenn es um Termine geht. Würden Sie immer zustimmen, dann wachsen die Ansprüche weiter und Ihre Kunden fordern immer mehr.

EINE SPRACHE SPRECHEN

Wenn Sie etwas ablehnen, versucht der Kunde, seinen Wunsch bei Ihrem Chef durchzubringen. Und der will sich nicht mit ihm anlegen und sagt hinter Ihrem Rücken womöglich zu. Auf jeden Fall stehen Sie hinter Ihrem Chef und vertreten seine Meinung, auch wenn Sie eine andere haben. Wenn man sich auf einen Kompromiss einigt, z. B. bei einem Termin, sollte das als Ausnahme betont werden. Dabei sollten Sie keine Kommentare geben, z. B. „Wenn es nach mir gegangen wäre, hätte ich anders entschieden“, auch wenn der Kunde Sie später in eine Diskussion verwickelt, um Ihre Meinung zu erfahren.

Ablehnen – Typische Bedenken des NEIN-Sagers:



AUSFÜHRLICH ERKLÄREN

Bei einer Terminabsage können Sie sich immer auf Ihren Chef berufen. Aber Sie selbst sollten auch hinter einer Absage stehen und nicht andere vorschieben oder verantwortlich machen. Wenn Sie einmal festgelegte Termine verändern, versucht es der Kunde später wieder und beruft sich darauf, dass es doch erst kürzlich ging. Machen Sie den Grund der Absage transparent. Kann er die Gründe für die Absage nachvollziehen, versteht er Sie leichter. Geben Sie dem Kunden so viele Informationen, dass es ihm rational und emotional unmöglich wird, weiterhin seine Forderung aufrecht zu erhalten. Das ist viel wirkungsvoller, als an sein Einsehen zu appellieren („Sie müssen doch auch mal uns verstehen“), was meist als Zeichen von Hilflosigkeit gewertet wird. Bitten Sie Ihren Kunden nie um Verständnis. Äußern Sie stattdessen Ihr Verständnis für seine Enttäuschung.

Suchen Sie möglichst nach einem neuen Termin, nach einer Alternative. Schon die Suche danach wird vom anspruchsvollen Kunden positiv bewertet. Es gehört großes Fingerspitzengefühl dazu, den Vorschlag oder den Wunsch eines wichtigen Kunden abzulehnen. Schnell kann sich ein anspruchsvoller

Was Sie vermeiden sollten:

- Sich durch Drohungen beeinflussen zu lassen.
- „Ja“ zu sagen und sich dann bei anderen zu beschweren, dass man Sie ausnutzt.
- Schroff und unfreundlich abzulehnen.
- Schuldgefühle haben – Sie haben sich Ihr „Nein“ gut überlegt, oder?

Kunde als Verlierer einer Diskussion fühlen, was die Kundenbeziehung empfindlich stören könnte.

DER SCHLIMMSTE FALL

Bei technischen, schwer erfüllbaren Forderungen entwerfen Sie für den Kunden den Worst Case – das schlimmste Szenario. Was kann im Fall eines Falles passieren, wenn Sie dem Wunsch des Kunden folgen? Schildern Sie ihm deutlich das Risiko, das er damit eingeht, wenn er eine billige Lösung bevorzugt oder Arbeitsgänge selbst übernimmt, um zu sparen. Oft wollen Kunden eine preisgünstige Lösung, die in einem individuellen Fall riskant ist. Wenn Sie mit einem technisch professionellen Vorschlag kommen, fürchtet der Kunde, dass das alles den Preis nach oben treibt. Nennen Sie ihm die Gefahren einer billigen Lösung, den Verschleiß der Teile, den Ärger bei einer Beschwerde. Bringen Sie Vergleiche von ähnlich gelagerten Fällen. Nutzen Sie auch Abbildungen aus der Fachpresse, Sie überzeugen damit schnell. Dem Kunden müssen die möglichen Folgen (Worst Case) klar werden. Statt mit einem kurz angebundenen „Nein“ abzusagen, wird die Wenn-dann-Strategie empfohlen: „Wenn wir das so machen, wie Sie es vorschlagen, dann riskieren wir dabei ...“ Mit dieser Gesprächsstrategie wirkt man bei Absagen nicht so hart und unfreundlich. Erklären Sie dem Kunden, warum etwas nicht geht, belehren Sie ihn aber nicht.

Schon die Äußerung eines ausgefallenen Kundenwunsches wird negativ vom Monteur wahrgenommen. So kommt es dann zu schroffer Ablehnung und der Kunde meint, Sie würden sich rechtfertigen. Kunden erwarten aber keine Rechtfertigung, sondern wollen eine überzeugende Erklärung für die Ablehnung ihrer Wünsche.

VERSTÄNDNIS ZEIGEN, ABER BEHARRLICH BLEIBEN

Nehmen Sie Anteil am Ärger des Kunden über Ihre Absage, z. B. „Ich weiß, Sie sind jetzt enttäuscht“, „Ich kann mir vorstellen, dass Sie jetzt verärgert sind“. Kunden, die sich verstanden fühlen, werden bei Absagen viel positiver und gelassener reagieren. Durch die Art, wie Sie das Gespräch führen, beeinflussen Sie die Reaktion des Kunden. Machen Sie dem

Kunden keine Hoffnung, wenn Sie wissen, dass etwas nicht geht. Sie müssen auch dann Ruhe bewahren, wenn der Kunde gegen Ihre Absage argumentiert. Behandeln Sie ihn so, dass er sich nicht als Verlierer fühlt. Und machen Sie am nächsten Tag keinen Rückzieher. Wenn Sie sich Ihre Absage gut überlegt haben, gibt es keinen Grund dafür.

Kunden vergleichen gerne die Firmen untereinander, also Sie mit Ihrem Wettbewerb, der in diesem Fall eine Zusage gegeben hätte. Beispiel: „Bei der Firma XY geht das aber.“ Häufig sind diese Vergleiche zum Wettbewerb unehrlich, der Kunde versucht seine Forderung durchzusetzen. Nehmen Sie keine Stellung zu Konkurrenzvergleichen, aber informieren Sie Ihren Chef, damit er Kundenbehauptungen überprüft. Manchmal lohnt es sich beim Wettbewerb anzurufen.

DRUCK AUSHALTEN

Schieben Sie eine Absage nicht vor sich her. Wenn Sie einen Wunsch nicht erfüllen können, rufen Sie an: heute, wirklich heute und nicht morgen. Vielleicht lässt sich dann für den Kunden noch eine Lösung finden. Absagen kann man auch schriftlich machen, muss aber damit rechnen, dass der Kunde dann anruft. Deshalb muss auch das Gespräch gut vorbereitet sein. Will ein enttäuschter Kunde den Chef sprechen, so muss dieser sich gesprächsbereit zeigen und die Absage nicht dem Mitarbeiter überlassen.



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
Mail: rolf.leicher@t-online.de