

## DAS IMAGE PRÄGEN

# Über die Firma reden

Natürlich ergeben sich bei Kundenbesuchen auch Gespräche – was liegt da näher, als sich über den Betrieb zu unterhalten.



Bild: iStock

**D**abei versteht der Kunde den Monteur als Repräsentant seiner Firma. Dieser Rolle muss er sich auch bei schwierigen Arbeiten und bei großer Überlastung bewusst sein. So kommt auch der Art, wie er über die eigene Firma redet, eine große Bedeutung zu.

## SPÜRBARE LOYALITÄT

Der Kunde muss aus den Gesprächen spüren, dass der Monteur zu seinem Arbeitsplatz steht, sich mit ihm identifiziert, sich selbst also letztlich als einen Teil des Unternehmens betrachtet. Um diesen Anforderungen zu genügen, muss man eine positive innere Einstellung zu seinem Arbeitsplatz haben, auch wenn es aktuell Probleme gibt. Probleme werden nicht kleiner, wenn man über sie spricht und dabei meist auch übertreibt und sich hineinsteigert.

Eine positive Einstellung zur Firma wird auch immer in einem Gespräch mit dem Kunden vermittelt. In der Folge gewinnt der Kunde dadurch Vertrauen zur Firma und den Mitarbeitern.

Wenn ein unzufriedener Kunde sich in irgendeiner Weise negativ über die Firma äußert, z. B. über Preise, Termine oder Montagearbeiten, muss man nicht zwingend zustimmen. Man notiert die Kritik, verspricht sie weiterzuleiten und formuliert sein Ziel: „Wichtig ist für mich, Herr Kunde, dass Sie zufrieden sind mit uns.“ Dabei ist darauf zu achten, dass das Ziel aus Kundensicht formuliert wird, nicht aus der eigenen. Es gilt, sich solidarisch und loyal zu verhalten, der Firma und dem Chef gegenüber. Es entsteht beim Kunden schnell Misstrauen, wenn der Monteur erklärt, dass er sich zu den Preisen und Terminen nicht äußern will. Kunden könnten das so auffassen, dass der Mitarbeiter selbst Zweifel daran hat, ob die Preise angemessen sind und die Einteilung der Arbeiten optimal ist.

## NESTBESCHMUTZER

Das oberste Gebot für den Monteur lautet auch immer: „Beschmutz nicht das eigene Nest!“ Es liegt in der Natur der Sache, dass der Monteur oft beim Kunden mit Fehlern anderer Handwerker konfrontiert wird, die der Kunde beauftragt hat.

Man sollte dem Kunden nie vermitteln, dass er sich für die falsche Firma entschieden hat, dass die Arbeit eines anderen Pfusch ist. Kunden verstehen das schnell als Kritik und reagieren entsprechend. Negative Kommentare bedeuten schließlich, dass man dem Kunden indirekt empfiehlt, beim nächsten Auftrag besser aufzupassen.

## KEIN SENSIBELCHEN

Keinesfalls darf der Monteur beleidigt reagieren, wenn einmal ein Kunde kritische Bemerkungen über die Organisation des eigenen Betriebs macht: „Das hat ewig gedauert, bis ich einen Termin von Ihrem Büro bekommen habe.“ Kundenkontakte müssen so verlaufen, dass die Vertrauensbasis erhalten bleibt. Ein guter Monteur bemüht sich, dem Kunden ein kompetentes Bild von seiner Firma zu vermitteln und Pannen als Ausnahme zu erklären. Dazu ist es erforderlich, nicht auf alles einzugehen, nicht jede Frage zu beantworten, nicht alles zu kommentieren. Stellen sich bei der Lieferung und Montage Fehler heraus, kann man betonen, dass diese Fehler selten vorkommen und schnell behoben werden. Um professionell auf Probleme zu reagieren, sollte man sich von folgenden Überlegungen leiten lassen:

- a) Kann man an diesen Problemen etwas ändern? Wenn ja, was muss unternommen werden, um die Änderung so rasch wie möglich herbeizuführen?
- b) Wie kann man mit den nicht zu ändernden Problemen am besten zurechtkommen?
- c) In Unabänderliches fügt man sich, ohne zu murren – was soll das auch bringen?

## TABU-THEMEN

Auch wenn Kunden nach Ursachen und Hintergrund fragen – sie dürfen nichts über interne Pannen erfahren. Das würde ansonsten dem Image des Betriebes schaden. Die Kunden verstehen es auch meistens anders, als der Monteur es sagt. Die meisten Kunden denken über kritische Bemerkungen des Monteurs viel länger nach als über positive Worte.

### Sieben Tabu-Themen

#### 1. Fehler anderer Abteilungen

Aussage des Monteurs:

„Da hat das Büro einen Fehler gemacht.“

Der Kunde versteht:

„Das passiert beim nächsten Auftrag auch.“

#### 2. Technischer Stand der Geräte

Aussage des Monteurs:

„Uns ist eine Maschine ausgefallen.“

Der Kunde versteht:

„Die haben veraltete Technik.“

#### 3. Pannen beim Vorlieferanten:

Aussage des Monteurs:

„Der Vorlieferant kann nicht liefern.“

Der Kunde versteht:

„Die haben unzuverlässige Vorlieferanten.“

#### 4. Lagerbestand ist zu klein

Aussage des Monteurs:

„Wir haben das Teil nicht auf Lager.“

Der Kunde versteht:

„Das Lager ist nicht gut organisiert.“

#### 5. Organisatorische Schwächen

Aussage des Monteurs:

„Wir haben Terminprobleme.“

Der Kunde versteht:

„Die Planung ist schlecht.“

#### 6. Unterbesetzung beim Personal

Aussage des Monteurs:

„Wir sind überlastet.“

Der Kunde versteht:

„Das könnte ja wieder passieren.“

#### 7. Mangelnde Qualifikation des Personals

Aussage des Monteurs:

„Das hat eine Aushilfe gemacht.“

Der Kunde versteht:

„Die sparen am Personal.“

Umgang und Gespräche mit Kunden sind wichtig und sollten insgesamt ein positives Gefühl bei ihm hinterlassen. Insbesondere sollte der eigene Betrieb gut in diesen Gesprächen abschneiden. Das bleibt dann nachhaltig in Erinnerung und sorgt auf Dauer für ein gutes Arbeitsklima.



**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](mailto:rolf.leicher@t-online.de)**