

Den Kunden einweisen

Bild: Katarzyna Bialasiewicz / iStock / thinkstock

Die Regelung einer Heizungsanlage sollte zumindest in den Grundzügen erläutert werden

Für den Monteur ist die Bedienung der von ihm erstellten Installationen natürlich Routine, für den Kunden aber kein alltäglicher Vorgang. Während die Bedienung einer einfachen WC-Spülung kaum einer Erklärung bedarf, ist die Heizungsregelung schon ein komplexes Thema, das sich dem zahlenden Kunden nicht ohne Weiteres erschließt.

Trotzdem will und soll der Kunde ja mit den Vorzügen der neuen Technik vertraut sein, diese bedienen und nutzen. Das bedingt bei etwas aufwendigeren Installationen eine Einweisung vom Profi.

RICHTIG EINWEISEN

Eine Vorführung soll Abläufe veranschaulichen und nachvollziehbar machen. Monteure, die technisch gut drauf sind, sind nicht automatisch gute Präsentatoren. Denn Kenntnisse besitzen und diese vermitteln ist nicht dasselbe. Eine Demo im persönlichen Gespräch vor Ort wirkt nachhaltiger als die Lektüre der Anleitung. Das Handbuch zu übergeben mit dem Hinweis, da könnte sich der Kunde selbst informieren, ist ein schlechter Service. Persönliche Erläuterungen sind durch nichts zu ersetzen. Allerdings ist hierbei einiges zu beachten: Zu viele Details

verwirren den Kunden, daher sollten nur wichtige Arbeitsschritte erläutert werden. Dabei stellt sich die Frage, ob man gleich die einzelnen Teile oder erst die ganze Anlage vorführt. Am besten stimmen Sie das mit dem Kunden ab: erst die Einzelteile oder erst den Überblick über das Ganze?

Peinlich ist es, wenn der Monteur bei einer für ihn neuen Technik selbst Probleme beim Vorführen hat. Schon kleine Unsicherheiten werden vom Kunden wahrgenommen und die Fachkompetenz des Monteurs wird infrage gestellt. Die Anlage muss also in einem funktionstüchtigen Zustand sein und der Monteur sich erstklassig auskennen. Zu jedem Arbeitsschritt ist eine kurze Erklärung zu geben: Was bezweckt die Bedienung, was passiert in der Anlage? Behalten Sie Ihren Kunden immer im Auge! Wenn Sie sich ausschließlich auf die Anlage konzentrieren, erkennen Sie nicht die Reaktion des Kunden.

WIE VIEL INFO BRAUCHT DER KUNDE?

1.) Muss-Informationen. Hier wird die Bedienung im Normalfall gezeigt, der Monteur erklärt, auf was der Kunden achten muss und worauf es ankommt. Außergewöhnliche Fälle werden nicht besprochen. Anwendungsfehler werden nur angesprochen, wenn der Kunde fragt, was im schlimmsten Fall passieren könnte.

2.) Kann-Informationen. Der Kunde soll Sicherheit bei der Bedienung gewinnen, die Betätigung gewissermaßen im Schlaf beherrschen. Der Monteur muss jeden Vorgang so lange wiederholen lassen, bis der Kunde ihn, ohne lange zu überlegen, ausführen kann. Hat ein Kunde wenig Interesse an Details, wirkt eine Kann-Information belastend.

3.) Plus-Informationen. Hier wird die Bedienung in besonderen Situationen besprochen und geübt. Der Kunde muss (und will) vielleicht auch mit Schwierigkeiten und Sonderfällen allein zurechtkommen. Stellt der Kunde ungewöhnliche Hintergrundfragen, braucht er Plus-Infos. Der Monteur muss erkennen, wenn der Kunde mehr wissen will als üblich. Man sollte dem Kunden die Hilfe durch einen Monteur-Einsatz zusagen, falls er sich später überfordert fühlt.

Zur Einweisung gehört es, sich voll in die Lage des Kunden zu versetzen, denn Wissen zu vermitteln ist oft auch ein Transferproblem. Der Kunde als Zuschauer ist nicht automatisch in der Lage, die Bedienung vorzunehmen. Wer zusieht, wie man Auto fährt, kann noch lange nicht selbst Auto fahren.

SITUATION DES KUNDEN

Kunden geben nicht zu, dass sie wenig Ahnung haben und technisch nicht gerade begabt sind. Der Monteur sollte daher den Kunden nicht überfordern, sondern davon ausgehen, dass viele Kunden von der Bedienung nur das Wesentliche wissen möchten und an Details nicht so interessiert sind. Das bekannte Vorurteil, Frauen verstehen von Technik wenig, hält sich hartnäckig, ist aber völlig falsch. Auch die Meinung, dass ältere Kunden nicht so schnell begreifen und Jüngere oft oberflächlich sind, trifft meist nicht zu. Es stimmt allerdings, dass die meisten Kunden empfindlich reagieren, wenn sie bei einem Fehler vom Monteur zurechtgewiesen werden, wenn die Korrektur sich wie eine Kritik am Kunden anhört. Bei Missverständnissen nimmt man besser die Schuld auf sich („Da habe ich mich nicht klar ausgedrückt“) als dem Kunden zu unterstellen, dass er es nicht begriffen hat („Da haben Sie mich aber falsch verstanden“).

Die weniger begabten Kunden dürfen nicht durch abwertende Formulierungen bloßgestellt werden. Diskussionen sollten immer vermieden werden, weil sie der Monteur nur selten gewinnt. Aus Erfahrung weiß man, dass sich Kunden in ihrem Selbstwertgefühl verletzt fühlen, wenn der Monteur deutlich als Besserwisser auftritt und bei Fehlern des Kunden erstaunt reagiert oder Meinungen des Kunden bewertet. Auch Aussagen des Kunden über den Preis oder den Zeitaufwand für die Montage kommen gelegentlich bei der Einweisung vor und sollten kommentarlos hingenommen werden.

SO VIEL BLEIBT HÄNGEN

- 20 % von dem, was sie hören,
- 30 % von dem, was sie sehen,
- 50 % von dem, was sie hören und sehen,
- 90% von dem, was sie selbst ausgeführt haben.

1. Sind Ihre Informationen vollständig?
2. Stimmt die Reihenfolge bei der Erklärung?
3. Wird Wichtiges wiederholt?
4. Wird auf mögliche Fehlerquellen hingewiesen?
5. Sind Sicherheitsvorschriften erwähnt?
6. Wird das Bedienerhandbuch besprochen?
7. Sind alle Fragen des Kunden beantwortet?
8. Hat der Kunde die Bedienung nachvollzogen?

Eine Checkliste, auch rein gedanklich, kann helfen, die Präsentation beim Kunden erfolgreich abzuwickeln



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