

DER MONTEUR UNTER DER LUPE

Verhaltens-ABC



Eine alphabetische Reihenfolge bringt Ordnung
in den umfangreichen Benimmkatalog

Ein tadelloser Auftritt beim Kunden ist unabdingbar für ein gutes Firmenimage und die Zufriedenheit der Auftraggeber. In unserem Verhaltens-ABC sind die Regeln für den Monteur zusammengefasst.

Im harten Wettbewerb ist für das Image einer Firma der Service besonders wichtig. Gerade die kleineren Firmen können sich durch den einwandfreien Service des Monteurs neben den Großen am Markt positionieren. Es sollte zum Geschäftsprinzip gehören, auch kleineren Kunden den gleichen Kundendienst anzubieten wie einem A-Kunden. Kunden möchten die volle Serviceleistung genießen, unabhängig von der Auftragssumme.

A wie Arbeitskleidung

Einheitliche Arbeitskleidung mit Firmenlogo und Namensaufnäher ist optimal. T-Shirts mit dem Aufdruck eines Fußballvereins ist ein No-go. Arbeiten im Unterhemd, selbst im Sommer, kommt nicht gut an.

B wie Beschimpfung

Es macht keinen guten Eindruck, wenn sich die Monteure bei der Arbeit untereinander uneinig sind und gegenseitig beschimpfen.

C wie Check-Up

Wer vor der Montage prüft, ob er alles dabei hat, muss von der Baustelle beim Kunden nicht nochmal in die Firma fahren, weil Material oder Werkzeug fehlt. Das wirkt unprofessionell und erhöht außerdem die Kosten. Es mindert die Zahlungsbereitschaft und liefert einen ersten Grund für Kürzungen seitens des Kunden.

D wie Diskussion

Der Kunde sitzt am längeren Hebel. Man muss die eigene Meinung, wenn es um Arbeitszeiten, Termine oder Preise geht, nicht um jeden Preis vertreten.

E wie Essen

Meistens verbringen die Monteure ihre Mittagspause im Auto. Wenn man vom Kunden Getränke erhält, bedankt man sich, vor allem wenn der Kunde noch nachfragt, was er Ihnen anbieten darf. Essensreste sollte man nicht hinterlassen.

F wie Fahrzeug

Das Firmenfahrzeug wird so geparkt, dass es keine Ein- oder Ausfahrt behindert und auch die Fußgänger noch durchkommen. Am besten hinterlegt man an der Windschutzscheibe

die Adresse des Kunden, damit man erreichbar ist, falls der Wagen doch behindert.

G wie Geltungsbedürfnis

Kunden möchten zeigen, dass sie fachkompetent sind, und eine Bestätigung für ihr Wissen haben. Die Anerkennung des Monteurs befriedigt ihr Geltungsbedürfnis. Andere Meinungen sollte man nur korrigieren, wenn sie absolut falsch sind.



Bild: Jupiterimages / Thinkstock

Klar, die Werkzeugkiste des Monteurs sorgt auch immer für einen ersten Eindruck beim Kunden

H wie Handy

Kunden beklagen häufig, dass der Mitarbeiter die Arbeit unterbricht, um sein Handy zu benutzen. Für private Kontakte nutzt man das eigene Mobiltelefon nur in der Pause.

I wie Informationen

Für den Monteur ist die Arbeit Routine, der Kunde schätzt es, wenn er einen groben Überblick über die Arbeiten bekommt. Zusätzlichen Zeitbedarf oder notwendige Änderungen sollten ihm mitgeteilt werden. Fragen des Kunden sind für den Monteur ein Zeichen des Informationsbedürfnisses. Was für ihn logisch ist, ist für Kunden oft völlig neu. Ist eine genaue Auskunft nicht möglich, legt man sich mit Circa-Angaben nicht endgültig fest.

J wie Ja, so wird das was!!

K wie Kundendienst

Service und Kundendienst ist nicht das Gleiche. Service sind

Wartungen, Reparaturen, Einbau. Kundendienst ist das Besondere, das unerwartete „Aha-Erlebnis“ des Kunden. Da geht es um Kulanz, um die Performance des Monteurs, seine Wortwahl, seine Antworten auf Kundenfragen. Es geht um zusätzliche Informationen. Hinterlässt der Monteur einen tadellosen Schlusseindruck, so ist der Kunde nicht nur von ihm, sondern auch von der Leistungsfähigkeit der Firma überzeugt.

L wie Lärm

Laute Arbeiten plant man im Voraus ein, damit man die Ruhezeiten über Mittag einhalten kann. Der Kunde schätzt es, wenn Lärmbelastigungen so gering wie möglich gehalten werden können. Deshalb sollten die Zeiten mit dem Kunden abgestimmt werden.

M wie Musik

Bei der Arbeit Radio hören fällt überhaupt nicht angenehm auf. Wer trotzdem sein Radio zum Kunden mitnimmt, stellt es auf gemäßigte Lautstärke ein. Musik lenkt ab, auch wenn das nicht zugegeben wird. Besonders negativ fällt auf, wenn der Monteur sein Headset nutzt.

N wie Name des Kunden

Der Kunde wird gerne mit seinem Namen (und vollständigem Doppelnamen) angesprochen, bei akademischen Grad auch mit Doktor. Keine Angst vor schwer aussprechbaren Namen. Der Kunde verzeiht, wenn sein Name nicht korrekt angesprochen wird.

Fürs Auge sehr nett, aber als Kundendienstmonteurin nicht gerade für jeden Kunden die erste Wahl



Bild: Ljupco / thinkstock

O wie Ordnung

Ordentliche Werkzeugkästen machen einen guten Eindruck. Ordnung ist Ausdruck der inneren Haltung. Ständiges Suchen nach Werkzeug und Material wirkt schlecht.

P wie Pünktlichkeit

Wenn man weiß, dass man zu einem Termin mehr als 30 Minuten später kommt, ruft man von unterwegs aus an. Der Monteur sollte Verständnis zeigen, wenn der Kunde über Unpünktlichkeit klagt. Damit beweist man, dass das Vorurteil „Handwerker sind unpünktlich“ nur auf Ausnahmen zutrifft.

Q wie Qualifikation

Hier geht es weniger um die Qualität der Montage und Materialien, sondern um die fachliche Qualifikation des Monteurs. Seine technischen Kenntnisse sollten auf dem absolut neusten Stand sein. Dafür ist Fortbildung notwendig. Der Monteur kann die Möglichkeit zur Weiterbildung von seiner Firma einfordern. Die Bereitschaft, Neues zu lernen, muss allerdings da sein. Die Einstellung „Ich weiß doch alles, bisher hat sich keiner über mich beschwert“ ist ein Seminarkiller.

Die ältere Generation der Monteure konnte sich im Wesentlichen auf einmal erlernte Fachkenntnisse verlassen. Heute erlebt der Monteur die Schnelligkeit der Informationen und den kürzeren Wissenszyklus sowie die dauernden Veränderungen in der Technik. Wegen der rasanten Entwicklungen ist es für alle ein Muss, lebenslanges Lernen zu akzeptieren. Monteure mit 40 plus können nur noch einen kleinen Teil des vor 20 Jahren erworbenen Wissens voll anwenden. Bildung misst sich an der Zukunft, nicht an der Vergangenheit. Für Ihren Chef und Sie gilt die Überlegung: „Welche zukünftigen Ausbildungsinhalte sind für die Kompetenz wichtig.“ Wer aufhört zu lernen, hat aufgehört, gut zu sein.

R wie Reklamationen

Wichtig ist es, den Tatbestand der Beschwerde schriftlich fest zu halten und dabei weder Zu- noch Absagen zu machen. Die perfekte Reklamationserledigung sollte mit dem Chef besprochen werden. Schuldzuweisungen sind auf jeden Fall zu vermeiden, auch wenn der Kunde mit diesem Thema beginnt. Der kluge Monteur reagiert weder aggressiv noch beleidigt, wenn der Kunde sich beschwert.

S wie Schadensfälle

Einen selbst verursachten Schaden sollte man nicht vertuschen. Der Kunde erwartet, dass der Schaden schnell reguliert wird. Den Schaden fotografiert man und vermerkt ihn auf den Lieferpapieren.

T wie Trinkgeld

Bei fehlendem Trinkgeld reagiert der Monteur nicht beleidigt. Fällt das Trinkgeld gering aus, bedankt er sich trotzdem. Die Wahrscheinlichkeit, dass es höher ausfällt, hat jeder selbst in der Hand: pünktliches Erscheinen, freundliches Auftreten, rücksichtsvoller Umgang mit Kundeneigentum und ein sauber verlassener Montageplatz.

U wie Unterbewusstsein

Ihr Unterbewusstsein nimmt alle Wahrnehmungen auf und verarbeitet sie. Dadurch entsteht Ihre innere Einstellung. Die positive Einstellung verlangt nicht, dass man so tut, als gäbe es keine Probleme, keine schwierigen Kunden. Es geht darum, die eigene Wahrnehmung schnell zu beeinflussen, Frust sofort zu erkennen, um mit positiven Gedanken darauf zu reagieren. Am besten geht es, wenn man das Unterbewusstsein ins Bewusstsein holen kann und damit die Gedanken kontrolliert.

V wie Verhalten bei der Montage

Manchmal ist der Kunde Zuschauer bei der Montage und erteilt noch Ratschläge. Dem Kunden geht es darum, dass die Arbeiten schnell fertig werden, das Kosten gespart werden können. Man darf das dann nicht als Kritik sehen, sondern versetzt sich besser in die Lage des Kunden. Fragen des Kunden müssen nicht immer gleich beantwortet werden, man kann ihm erklären, dass man später darauf zurückkommen wird.

W wie Werkzeug

„Gutes Werkzeug, gute Arbeit“, sagt man. Sprechen Sie mit dem Chef, wenn das Werkzeug veraltet ist. Kabel werden vor dem Aufrollen auf die Trommel gesäubert. Befestigungsmaterial wie Schrauben und Dübel bringt man nicht in der Tüte mit, sondern nach Größen sortiert im eigenen Koffer.

X... für X gibt's wohl nix

Y wie Yes we can

Man kann nicht alles, aber vieles, wenn man nur will und sich um eine Lösung bemüht.

Z wie Zusatzarbeiten beim Kunden

Gelegentlich haben Kunden noch zusätzliche Wünsche, die



Das Trinkgeld ist auch ein Hinweis auf den gelieferten Service und die Zufriedenheit des Kunden

Bild: kazatin / thinkstock

nicht vereinbart waren. Dann lässt man sich genau über die Details informieren, um den Zeitbedarf einschätzen zu können. Die sofortige Ausführung der nicht im Auftrag stehenden Wünsche kann man höflich ablehnen, ohne sie definitiv auszuschließen. Der Monteur telefoniert dann im Beisein des Kunden mit seinem Chef. Entweder er erhält am Telefon den Auftrag für die neuen Arbeiten oder es kommt zu einem neuen Auftrag, den er zu einem neuen Termin erledigt. Zusätzliche Arbeiten sind ein zusätzlicher Umsatz.



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