

Kundenkontakte

Gute Vorbereitung ist schon die halbe Miete

Der erste Eindruck entscheidet über den Beginn und die Fortsetzung einer zukünftigen Zusammenarbeit und Partnerschaft. Mit einer gepflegten Erscheinung, einer freundlichen Begrüßung mit Visitenkarte, den passenden Umgangsformen sowie einem gut vorbereiteten Verkaufs- oder Beratungsgespräch lässt sich (fast) jeder Kunde überzeugen.

› Monika Seeger

Wer ein Geschäftstreffen seriös vorbereitet, legt eine gute Basis für den Verhandlungserfolg. Leider läuft es in der Praxis häufig ganz anders ab. Denn oftmals wird dem Anlass entsprechend nicht genügend Zeit für eine gründliche Anbahnung und letztlich geplante Umsetzung des bevorstehenden Termins reserviert. Dem Kunden bleibt das keinesfalls verborgen, er kann dies als mangelnde Wertschätzung ihm und seinem Auftrag gegenüber wahrnehmen. Das ist alles andere als eine gute Basis, um Vertrauen in eine gut funktionierende und zukünftige Partnerschaft aufzubauen.

Wenn der umworbene Kunde sich verunsichert oder zu wenig wertgeschätzt fühlt, kommt es meist nicht zum ersehnten Abschluss. Eine mangelhafte Vorarbeit kann daher nicht nur zu Leerläufen führen, was Zeit und Geld kostet, sondern es droht auch der Verlust des erhofften Auftrags.

Wissen ist Macht

Aus diesem Grund lohnt es immer, in eine gute und durchdachte Gesprächsvorbereitung zu investieren. Denn erst im spür-

baren Engagement kommen die Freude über den Termin beim Kunden zum Ausdruck. Auch der Spass an der Materie

bzw. die eigene Begeisterung wird so dem Kunden glaubhaft vermittelt.



kurz & bündig

- › Jeder Kunde schätzt es, wenn er kompetent und sachlich beraten wird. Man sollte ihn im Gespräch immer über die eigenen Ideen informieren, ihn in das Konzept und in die Planung mit einbinden und erklären, welche Vorschläge ausgearbeitet worden sind.
- › Die Regeln der Höflichkeit gelten auch dann, wenn man den Kunden bereits kennt oder sogar per Du mit ihm ist. Dabei ist zu beachten, dass der Kunde immer den höchsten Rang einnimmt, auch wenn der eigene Chef oder ein Vorgesetzter dabei ist.
- › Ein Kundenberater ist aus Respekt seinem Kunden gegenüber immer besser angezogen als dieser – selbst dann, wenn dieser sportlich oder locker gekleidet sein sollte.

Zur sorgfältigen Vorbereitung sind zualtererst alle aktuellen Kundeninformationen zusammenzutragen. Informationen finden Sie auf der Webseite des Kunden und/oder im Internet bzw. auf entsprechenden Informationsportalen seiner Branche. Weiter gilt es, nochmals genau abzuklären, was das Projekt genau beinhaltet und welche Erwartungen der Kunde hinsichtlich des Gespräches hat. Interessieren Sie sich für den Kunden. Wer ist er? Was macht er? Worin und womit können wir ihn unterstützen, damit der Kunde noch erfolgreicher ist? Sind genügend Informationen bekannt, kann unter Umständen bereits ein Angebot erarbeitet werden. Vielleicht legt die Aufgabenstellung aber auch nahe, einen versierten Consultant an das Gespräch mitzubringen.

So oder so sind in jedem Fall alle erforderlichen Unterlagen rechtzeitig bereitzulegen. Dabei ist darauf zu achten, dass sich sämtliche Papiere und Dokumente in einem perfekten Zustand (keine Flecken, keine Eselsohren, etc.) befinden. Dazu ge-



hören auch aktuelle Visitenkarten in ausreichender Anzahl. Reiseroute und Reisezeit lassen sich dank moderner Hilfsmittel präzise berechnen und planen. Wer mit dem Auto unterwegs ist, sollte klären, ob am Sitz des Kunden Parkmöglichkeiten vorhanden sind. Vor der Fahrt empfiehlt es sich zudem zu überprüfen, ob der Wagen genügend Benzin

im Tank hat und ob das Fahrzeug sauber ist. Denn das Auto ist nicht nur ein fahrbarer Untersatz, sondern vor allem auch eine mobile Visitenkarte.

Pünktlichkeit

Unpünktlichkeit gilt als mangelnde Wertschätzung und Rücksichtslosigkeit. Das

pünktliche Erscheinen am vereinbarten Termin ist deshalb absolute Pflicht. Der Kunde könnte sonst den Eindruck bekommen, dass er nicht wichtig genug ist. Am vereinbarten Ort trifft man nicht zu früh, aber auch nicht zu spät ein. Ideal ist es, fünf bis zehn Minuten vor dem vereinbarten Termin einzutreffen. Wer wegen zwingender Gründe aufgehalten wird, weil er beispielsweise im Stau steht, ruft an, sobald die Verzögerung absehbar ist. Auch ist es angebracht, sich zu entschuldigen und einen neuen realistischen Zeitpunkt zu vereinbaren. Der Kunde erhält so die Möglichkeit, die Zeit bis zum Eintreffen sinnvoll zu überbrücken. Wenn er nicht über genügend Spielraum verfügt, kann er einen neuen Termin an einem anderen Tag vorschlagen.

Begrüßung / Kommunikation

Der erste Auftritt, eine korrekte Begrüßung und eine angemessene Vorstellung der eigenen Person legen den Grundstein für eine gute Kundenbeziehung. Wer sich beim Empfang anmeldet, sollte auch dieser Person freundliche Aufmerksamkeit schenken. Dem Begrüßungsritual gebührt die angemessene Zeit und Beachtung und dem Kunden gegenüber sollte freundlich Präsenz und Aufmerksamkeit gezeigt werden. Eine höfliche Vorstellung vermittelt dem Kunden Vertrauen und das Gefühl, sein Gegenüber schon etwas zu kennen. Er muss spüren, dass sein Vertrauen gerechtfertigt ist und, dass er den richtigen Partner für das bevorstehende Projekt gefunden hat.

Eine adäquate persönliche Vorstellung beinhaltet Vor- und Familiennamen sowie den Firmennamen. Es empfiehlt sich, die Begrüßung mit Handschlag nur situativ einzusetzen, da nicht jede Person diese Art der Begrüßung von Beginn an wünscht. Bei einer Kundin sollte man warten, bis diese die Hand zum Gruss ausstreckt. Bei einem männlichen Kunden darf man die Initiative ergreifen. Bei der Begrüßung mit Handschlag ist auf einen normalen Händedruck zu achten. Das heisst: nicht zu fest, aber auch nicht

zu lasch drücken, ebenso wie nicht zu kurz und nicht zu lang – ideal sind zwei Sekunden. Wichtig ist, die richtige Körperdistanz einzuhalten und den Blickkontakt mit seinem Gegenüber zu suchen. Wer sich in Begleitung befindet, stellt diese Person ebenfalls mit Vor- und Nachname sowie deren Aufgabengebiet und Tätigkeit vor. Das Überreichen der Visitenkarte darf nicht vergessen werden. Diese wird persönlich überreicht, wobei man dem Kunden auch Zeit lässt, sie zu lesen.

Jeder Kunde schätzt es, wenn er kompetent, sachlich und fachlich beraten wird. Man sollte ihn im laufenden Gespräch immer über die eigenen Ideen informieren, ihn in das Konzept und die Planung mit einbinden und erklären, welche Vorschläge ausgearbeitet worden sind. Auch ist es ein Zeichen der Wertschätzung, Kunden an einer kniffligen Problemlösung teilhaben zu lassen. Zeigt man ihm den Weg zur Lösung, baut er zusätzliches Vertrauen auf. Nach Abschluss des Gesprächs beweist man Aufmerksamkeit und Engagement, indem man sich nach weiteren Anliegen und Bedürfnissen erkundigt. Im besten Fall führt dies gar zu einem Zusatzauftrag.

Das Erscheinungsbild

Ein Kundenberater trägt zum Business-termin geschäftsmässige, gepflegte Kleidung und ist aus Respekt dem Kunden gegenüber immer besser angezogen als dieser – selbst dann, wenn dieser sportlich oder locker gekleidet sein sollte. Beim ersten Besuch ist ein formelles Outfit angebracht. Ein dunkler Anzug mit, oder je nach Branche, auch ohne Krawatte, dazu ein weisses oder helles Hemd sowie schwarze Schuhe mit passendem Gürtel sind empfehlenswert. Dunkle Kleidung wirkt kompetent und die schwarzen Schuhe signalisieren, dass der Träger mit beiden Beinen fest auf dem Boden steht und verlässlich ist. Helle Kleidung und helle Schuhe wirken hingegen freizeithlich und sportlich und der Träger muss sich viel stärker darum bemühen, seine Kompetenz zu vermitteln.

In einer technischen Funktion, beispielsweise als Projektleiter, ist ein kompletter Anzug jedoch nicht immer ideal. Man sollte authentisch wirken und oft gelingt das in einer geschäftsmässigen Uniform nicht. Anstelle einer Anzugshose darf es darum auch eine gepflegte Baumwollhose sein. Sehr bequem zu tragen, wirkt dennoch elegant und ist besser als eine Jeans. Dazu passen ein farblich abgestimmtes weisses Hemd und ein Veston. Die schwarzen Schuhe mit einem passenden Gürtel runden dieses Outfit ab.

Umgangsformen ziehen

Die Höflichkeitsregeln gelten auch dann, wenn Sie den Kunden bereits kennen oder sogar per Du mit ihm sind. Dabei ist zu beachten, dass der Kunde immer den höchsten Rang einnimmt, auch wenn der eigene Chef oder ein Vorgesetzter dabei ist. Wer sich von einem Mitarbeitenden begleiten lässt, sollte diesen während des Gesprächs immer mit Vor- und Familiennamen erwähnen. Es macht keinen professionellen Eindruck, den Kollegen nur beim Vornamen zu nennen.

Fettnäpfchen beim Kontakt

Während eines Kundengesprächs ist das Mobiltelefon konsequent ausgeschaltet oder auf lautlos gestellt. Wird ein drin-

gender Anruf erwartet, der für die Besprechung relevant ist, werden die Anwesenden im Voraus darüber informiert. Trifft der Anruf ein, entschuldigt man sich und verlässt, wenn nötig den Tisch bzw. Raum, da sonst das laufende Gespräch gestört wird.

An einem Geschäftstermin wird nicht geraucht, auch wenn der Kunde selbst raucht und es direkt anbietet. Ebenso zu unterlassen ist es, zu gähnen, da man damit signalisiert, dass einem sein Gegenüber oder das Thema langweilen. Wer von einem Hustenreiz oder -anfall geplagt wird, entschuldigt sich, bittet um ein Glas Wasser oder verlässt den Raum, bis sich der Husten wieder beruhigt hat.

Seine Nase vor dem Kunden zu reinigen, gilt als unhöflich und ist absolut unanständig. Die Nase wird vor oder nach dem Termin gereinigt, aber nicht während einer Besprechung. Wer erkältet ist, unter starkem Schnupfen und einer laufenden Nase leidet, sollte generell keinen Kundentermin wahrnehmen und andere anstecken. Wichtig ist auch ein frischer Atem, denn Mundgeruch ist unangenehm und kann schnell zur Abneigung führen. Doch sollte man nicht mit dem Kaugummi im Mund zum Kundengespräch gehen, besser sind Pfefferminzbonbons. «



Porträt



Monika Seeger

Imageberaterin, Coach

Monika Seeger ist dipl. Imageberaterin, Coach, Seminarleiterin und Inhaberin der Imagenow GmbH. Sie hat langjährige Erfahrung im Verkauf und Marketing in der IT-Industrie sowie im Personal-Management. Sie ist Experte für moderne Umgangsformen.



Kontakt

monika.seeger@imagenow.ch

www.imagenow.ch