

# Punkten beim Kundenkontakt

Wer sich beim Kundentermin an bestimmte Regeln hält, vermeidet peinliche Fettnäpfchen, macht den Kunden zum König und zieht vielleicht einen lukrativen Auftrag an Land.

VON MONIKA SEEGER

**E**ndlich hat der Kunde zum lang ersehnten Termin eingeladen. Jetzt gilt es, alles richtig zu machen und Fettnäpfchen zu meiden.

Der erste Eindruck zählt und entscheidet mit über den Beginn und die Fortsetzung einer zukünftigen Zusammenarbeit und Partnerschaft. Also lohnt es sich, etwas Zeit und Energie in den perfekten Auftritt beim Kunden zu investieren. Mit einer gepflegten Erscheinung, einer freundliche Begrüssung mit Visitenkarte und passenden Umgangsformen sowie einem gut vorbereiteten Verkaufs- oder Beratungsgespräch kann man den Kunden überzeugen.

## Gute Vorbereitung ist die halbe Miete

Wer ein Geschäftstreffen gut vorbereitet, legt eine gute Basis für den Verhandlungserfolg. Leider läuft es in der Praxis oft ganz anders ab. Denn oftmals reserviert man sich nicht genügend Zeit für eine gründliche Anbahnung des bevorstehenden Termins. Dem Kunden bleibt das keinesfalls verborgen. Er nimmt es als mangelnde Wertschätzung ihm und seinem Auftrag gegenüber wahr. Das ist alles andere als eine gute Basis, um Vertrauen in eine gut funktionierende Partnerschaft aufzubauen. Wenn der umworbene Kunde sich verunsichern lässt, kommt es nicht zum ersehnten Abschluss. Eine mangelhafte Vorarbeit kann daher nicht nur zu Leerläufen führen, was Zeit und Geld kostet, sondern es droht vielmehr auch der Verlust des erhofften Auftrags. Deshalb lohnt es sich in jedem Fall, in eine gute

Vorbereitung zu investieren. Im spürbaren Engagement kommen die Freude über den Termin und über die Begegnung mit dem Kunden sowie der Spass an der Materie zum Ausdruck. Zur sorgfältigen Vorbereitung gehört es, aktuelle Kundeninformationen zusammen zu tragen. Diese finden sich auf dessen Website und auf Informationsportalen der Branche. Auch gilt es, nochmals genau abzuklären, was das Projekt genau beinhaltet und welche Erwartungen der Kunde hegt. Sind genügend Informationen bekannt, kann bereits ein Angebot ausgearbeitet werden. Vielleicht legt die Aufgabenstellung aber auch nahe, an das Gespräch einen versierten Consultant mitzubringen.

Auf jeden Fall sind die kompletten Adressdaten und alle erforderlichen Unterlagen rechtzeitig bereitzulegen. Es ist wichtig, darauf zu achten, dass sich sämtliche Papiere und Dokumente in perfektem Zustand befinden. Dazu gehören selbstredend auch aktuelle Visitenkarten in ausreichender Zahl. Reiseroute und Reisezeit lassen sich dank moderner Hilfsmittel präzise berechnen und vorbereiten. Wer mit dem Auto reist, sollte rechtzeitig klären, ob am Sitz des Kunden Parkmöglichkeiten vorhanden sind. Vor der Fahrt sollte man überprüfen, ob der Wagen genügend Benzin im Tank hat und ob das Fahrzeug sauber aussieht. Denn dieses ist eine mobile Visitenkarte.

## Pünktlichkeit ist die Tugend der Könige

Pünktliches Erscheinen ist absolute Pflicht. Denn einen Kunden lässt man nicht warten.

### IN KÜRZE

- Über die Art der künftigen Zusammenarbeit entscheidet oftmals der erste Eindruck.
- Eine gute Vorbereitung spielt also eine entscheidende Rolle.
- Beim Treffen selber legen eine gepflegte Erscheinung, eine korrekte Begrüssung und eine angemessene Vorstellung den Grundstein für eine gute Kundenbeziehung.

Unpünktlichkeit gilt als mangelnde Wertschätzung und Rücksichtslosigkeit. Der Kunde erhält den Eindruck, dass er nicht wichtig ist. Man sollte nicht zu früh, aber auch nicht zu spät erscheinen. Ideal ist es, fünf bis zehn Minuten vor dem vereinbarten Termin einzutreffen. Wer wegen zwingender Gründe aufgehalten wird, weil er beispielsweise im Stau stecken bleibt, ruft an, sobald die Verzögerung absehbar ist. Es ist angebracht, sich zu entschuldigen und einen neuen realistischen Zeitpunkt zu vereinbaren. Der Kunde erhält so allenfalls die Möglichkeit, die Zeit sinnvoll zu überbrücken. Wenn er nicht über genügend Spielraum verfügt, kann er einen neuen Termin an einem anderen Tag vorschlagen.

### Begrüssung mit Stil

Der erste Auftritt, eine korrekte Begrüssung und eine angemessene Vorstellung legen den Grundstein für eine gute Kundenbeziehung. Wer sich beim Empfang anmeldet, sollte auch der Person dort freundliche Aufmerksamkeit schenken. Dem Begrüssungsritual gebührt die angemessene Zeit und Beachtung. Es lohnt sich, dem Kunden gegenüber freundlich Präsenz und Aufmerksamkeit zu zeigen. 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. Der erste Eindruck zählt. Eine adäquate Vorstellung enthält Vor- und Familiennamen sowie den Firmennamen. Es empfiehlt sich, die Begrüssung mit Handschlag nur situativ einzusetzen, denn vielleicht will das der Kunde nicht. 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 bis drei Sekunden. Auch sollte die richtige Körperdistanz eingehalten und der Blickkontakt gesucht werden. Wer sich in Begleitung befindet, stellt auch seine Kollegen und deren Aufgabengebiet vor. Die Visitenkarte überreicht man persönlich und lässt dem Kunden genügend Zeit, um sie zu lesen.

### Professionelle Präsentation

Es kommt beim Kunden gut an, wenn er kompetent, sachlich und fachlich beraten wird. Man sollte ihn immer über die eigenen Ideen informieren, ihn in das Konzept mit einbinden und erklären, welche Vorschläge man ausgearbeitet hat. Eine gute Arbeit verdient eine

professionelle Präsentation. Der Kunde schätzt es, wenn er an einer kniffligen Problemlösung teilhaben kann. Zeigt man ihm den Weg zur Lösung, baut er zusätzliches Vertrauen auf. Nach Abschluss eines Projekts beweist man Aufmerksamkeit und Engagement, indem man sich nach weiteren Anliegen und Bedürfnissen erkundigt. Im besten Fall führt dies gar zu einem Anschlussauftrag.

### Die äussere Erscheinung und das passende Outfit

Bezüglich Dresscode gilt: Der Kundenberater trägt 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 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 Füssen fest auf dem Boden steht und verlässlich ist. Helle Kleidung wirkt dagegen freizeithlich und sportlich. Helle Schuhe wirken abgehoben und lassen die Bodenhaftung vermissen. Wer einen hellen Anzug trägt, muss sich viel stärker darum bemühen, seine Kompetenz zu vermitteln. In einer technischen Funktion 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 auch eine gepflegte Baumwollhose – eine sogenannte Chino-Hose – sein. Gerade bei Technikern ist diese sehr beliebt, weil sie bequemer zu tragen ist als eine Jeans und dennoch sehr elegant wirkt. Sie ist also gerade richtig, um zu einem Kundenbesuch zu gehen. Dazu passen ein weisses Hemd und ein dunkler Veston. Schwarze Schuhe mit dem passenden Gürtel runden dieses Outfit ab.

### Gepflegte Umgangsformen ziehen

Auch wenn man den Kunden kennt oder sogar per Du ist, so hält man sich an die Höflichkeitsregeln. Dabei ist zu beachten, dass der Kunde den höchsten Rang einnimmt, auch wenn der eigene Chef oder ein Vorgesetzter dabei sind. Wer sich von einem Consultant begleiten lässt, sollte diesen während des Gesprächs immer mit Vor- und Familiennamen ansprechen. Es macht keinen professionellen Eindruck, den Kollegen nur beim Vornamen zu nennen.

### Fauxpas beim Kundenkontakt

Während eines Kundengesprächs ist das Mobiltelefon konsequent ausgeschaltet oder auf

lautlos gestellt. Wird ein dringender Anruf erwartet, der für die Besprechung relevant ist, sollten die Anwesenden im Voraus darüber informiert werden. Wenn der Anruf eintrifft, entschuldigt man sich und verlässt, wenn nötig den Tisch, falls sonst das laufende Gespräch gestört wird.

Weiter gilt: Beim Kunde wird nicht geraucht, selbst wenn der Kunde selbst raucht und es gutheissen würde. Ebenso zu unterlassen ist gähnen, da man damit signalisiert, dass einem sein Gegenüber oder das Thema langweilen.

Wer von einem Hustenreiz oder -anfall geplagt wird, entschuldigt sich, verlangt ein Glas Wasser oder verlässt den Raum, bis sich der Husten wieder beruhigt hat.

Des weiteren ist es absolut unanständig vor dem Kunden seine Nase zu reinigen. Seine Nase putzt man sich vor dem Termin oder danach, aber nicht während einer Besprechung. Und wenn man erkältet ist, unter starkem Schnupfen und einer laufenden Nase leidet, sollte man auch keinen Kundentermin wahrnehmen und andere anstecken. Sehr 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.

### DIE AUTORIN



Monika Seeger ist dipl. Imageberaterin, selbständiger Coach, Seminarleiterin und Inhaberin der Imagenow GmbH. Sie hat langjährige Erfahrung im Verkauf und Marketing in der IT-Industrie sowie im Personal Management. Sie weiss, wovon sie spricht, wenn es um Auftrittskompetenz geht und leitet ihre Seminare sehr praxis- und erfolgsorientiert. Als Expertin für moderne Umgangsformen begleitet sie Unternehmen und Privatpersonen bei der Definition ihres persönlichen Stils sowie Image und zeigt auf, wie ein stilsicherer Auftritt, sowohl im Alltag als auch in der modernen Arbeitswelt, spielend gelingt. [www.imagenow.ch](http://www.imagenow.ch)