

Sofortwissen kompakt

Kunden-orientierung

Begeisterte Kunden
in 50 x 2 Minuten

heragon

© 2010 Heragon Verlag GmbH
1. Auflage 2010

Sofortwissen kompakt: Kundenorientierung
Begeisterte Kunden in 50 x 2 Minuten
ISBN 978-3-941574-18-2

Printed in Germany

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Heragon Verlag GmbH
Postfach 1702
D-79017 Freiburg
Internet: www.heragon.de
E-Mail: info@heragon.de

Alle Titel auch für
Ihr iPhone. Suchen
Sie im App Store nach
„heragon“!

Dresscode

Ein Kunde nimmt zuerst das äußere Erscheinungsbild eines Mitarbeiters wahr. Vor allem bei Dienstleistern wird bei der ersten Kontaktaufnahme sehr genau registriert, ob der Gesprächspartner gepflegte Arbeitskleidung, lässige Freizeitklamotten oder einen anspruchsvollen Geschäftsanzug trägt.

Ist ein Dresscode also sinnvoll?

Kundenorientierung | www.heragon.com

Dresscode

Es wäre ein Fehler, die Bekleidungsfrage dem persönlichen Geschmack der Mitarbeiter zu überlassen. Für viele Menschen ist es irritierend, wenn sie in einem Lebensmittelgeschäft von einer Verkäuferin in Freizeitkleidung bedient werden. Kittel oder Schürze, gepflegt und einheitlich, vermitteln hier einen kompetenten Eindruck und erhöhen das Vertrauen in die angebotenen Waren.

Ein Dresscode kann erheblich dazu beitragen, den persönlichen und betrieblichen Erfolg zu erhöhen. Er sollte der Branche und dem Kundenkreis sorgfältig angepasst werden und für alle Mitarbeiter verbindlich sein.

Flexibles Outfit

Bei der Wahl des angemessenen Outfits spielt nicht nur die Branche und die Funktion des Mitarbeiters, sondern auch der Ort und natürlich der Gesprächspartner eine Rolle.

Wie kleidet man sich passend – und wie bleibt man gleichzeitig flexibel?

Kundenorientierung | www.heragon.com

Flexibles Outfit

Kunden erwarten von ihrem Gegenüber ein bestimmtes Erscheinungsbild – im Büro oder im Ladengeschäft wird ein Mitarbeiter mit seriösem Outfit anders wahrgenommen als einer, der Jeans und Pulli trägt.

Hierbei gibt es subtile regionale Unterschiede: Während ein Außendienstmitarbeiter mit Schlips und Kragen auf den ostfriesischen Inseln möglicherweise Ablehnung auslöst, kann er in Freizeitkleidung im Frankfurter Börsenviertel Akzeptanzprobleme haben.

Flexibel bleibt man, wenn man sowohl Pulli als auch Hemd, Krawatte und Sakko immer dabei hat und über eine (saubere) Ersatzhose verfügt.

Richtig grüßen

Eine freundliche Begrüßung taucht jedes Gespräch in ein positives Licht: Der Kunde oder Gesprächspartner wird positiv auf die weitere Kommunikation eingestellt, hört aufmerksamer zu, nimmt mehr auf – und kauft oder bestellt am Ende bereitwilliger.

Was gehört zu einer freundlichen Begrüßung?

Kundenorientierung | www.heragon.com

Richtig grüßen

Eine freundliche Begrüßung berücksichtigt regionale Unterschiede (Grüß Gott, guten Tag) und nimmt Rücksicht auf das Gegenüber – ein lockeres „Hallo“ kann z.B. gegenüber Jugendlichen verbindlicher wirken als ein steifes „guten Tag!“

Wichtig: Augenkontakt mehrere Sekunden halten, lächeln, je nach Situation Händedruck (weder zu fest noch zu lasch). Grüßen Sie hereinkommende Kunden! Wichtig ist auch, den Gegengruß abzuwarten und das nachfolgende Gespräch nicht überstürzt zu beginnen – vor allem im Außendienst ist etwas Smalltalk Pflicht, bevor man zum Thema überleitet.

Offene Fragen

Verkäufer sollten Kunden gegenüber am Anfang vor allem sogenannte offene Fragen stellen, die mit einem Fragewort beginnen: Was, wann, wofür, bis wann, für wen? Auf diese Weise werden am Anfang des Gespräches geschlossene Fragestellungen vermieden. Was ist dabei zu beachten?

Kundenorientierung | www.heragon.com