

Das kleine IxI der Kund*innen-Kommunikation

Die Kundin bzw. der Kunde sollte immer im Mittelpunkt des Tuns stehen. Egal, ob das Telefon klingelt, der Speditionsfahrer mit der Palette herein poltert oder eine Kollegin aus der Ladengruppe die Ladendienste besprechen will. Sinnvoll ist, sich so oft wie möglich in das Gegenüber hineinzudenken: Was wäre mir an seiner oder ihrer Stelle am liebsten? So können knifflige Situationen sicher in den meisten Fällen gemeistert werden.

Die Basis des Verkaufserfolgs ist der gute Kontakt zum Kunden bzw. zur Kundin. Eine gute Kommunikation bedeutet den Aufbau dieses Kontakts, die Pflege der Beziehung sowie das Erkennen und Erfüllen von Wünschen der Kund*innen.

Ein/e gute/r Verkäufer*in:

- strahlt Freundlichkeit und Zugewandtheit aus
- tritt sicher auf und spricht Kund*innen direkt an
- hört gut zu, nimmt Anteil und zeigt Interesse
- fragt gezielt nach, um Kund*innenwünsche zu ermitteln
- ist informiert (Produkte sowie Regeln und Absprachen) und berät kompetent
- bearbeitet Reklamationen souverän (bleibt ruhig, sachlich und freundlich)
- ist flexibel und ideenreich: bietet Alternativen an
- ist zuverlässig (Versprochenes einhalten)
- vermittelt Tipps und Empfehlungen
- ...

Phasen des Verkaufsgesprächs

Gute Verkäufer*innen müssen nicht viel reden, sondern eher die richtigen Fragen stellen. Ein Verkaufsgespräch gliedert sich in der Regel in vier Phasen: die Eröffnungs-, die Vertrauens-, die Fach- und Abschlussphase. Den Ablauf eines Gesprächs zu kennen, erleichtert den Umgang mit Kund*innen enorm!

1. Eröffnungsphase:

Begrüßung der Kund*innen und eine erste Ermittlung des Kund*innenwunsches. Grundregeln: sich den Kund*innen zuwenden, möglichst offene Körperhaltung einnehmen, Blickkontakt herstellen

2. Vertrauensphase:

Herausfinden, was die Kund*innen möchten. Grundregeln: Fragen stellen und aktiv zuhören

Fragetechnik: Von offenen Fragen („Was suchen Sie?“) im Laufe des Gesprächs zu geschlossenen übergehen („Hat der Pullover die richtige Größe?“ – Antwort ja oder nein)

- Informationsfragen: „Welchen Kaffee trinken Sie sonst?“
- Zustimmungsfragen: „Sie mögen ihn mild?“
- Alternativfragen: „Gemahlen oder ganze Bohne?“
- Rhetorische Fragen: „Sie fragen sich jetzt sicherlich ...?“
- Motivierende Fragen: „Wo haben Sie sich Ihr Spezialwissen angeeignet?“
- Bestätigungsfragen: „Sie möchten doch einen milden Kaffee?“
- Gegenfragen: „Wie meinen Sie das?“

Aktives Zuhören: Dazu gehören: aufmerksames Zuhören, die Kund*innen unbedingt aussprechen lassen und durch Wiederholen des Verstandenen (mit eigenen Worten), die Gesprächspartner*innen dabei unterstützen, ihr Anliegen zu artikulieren: „Habe ich Sie richtig verstanden, dass ...?“

3. Fachphase:

Hier steht die Ware im Mittelpunkt. Grundregeln: Kund*innen werden beraten und bekommen Sach- und Preisargumente.

Wichtig: Bei der Beratung aus der Perspektive der Kund*innen argumentieren. Kaufentscheidung unbedingt den Kund*innen überlassen werden, auch wenn sie unentschlossen sind. Achtung: Über Geschmacksfragen nicht streiten!

4. Abschlussphase:

Verkaufsgespräch zu einem Abschluss bringen. Beim Kassieren am besten nicht den Preis alleine nennen („25 € bitte.“), sondern einen „Kaufverstärker“ dazu setzen („Ich wünsche Ihnen viel Freude mit dieser schönen Tasche.“, „Der Bio-Kaffee kostet 4,49 €.“ oder „Da haben Sie sich etwas Schönes ausgesucht! Das macht dann 21,95 €, bitte.“ ...).

Die Kund*innen freundlich verabschieden. Dabei kommt es nicht darauf an, ob diesmal etwas gekauft wurde, sondern darauf, dass die Kund*innen sich gut beraten und in ihren Bedürfnissen ernst genommen fühlen. Sie sollen einen positiven Eindruck mitnehmen 😊

Weniger reden, mehr fragen!

Das wichtigste Element des erfolgreichen Verkaufsgesprächs sind die „richtigen“ Fragen. Damit wird der Kundin bzw. dem Kunden das Gefühl vermittelt, dass man sich wirklich für sie/ihn interessiert und das Gespräch wird in Richtung eines (gemeinsamen!) Gesprächszieles gelenkt.

Verschiedene Situationen erfordern unterschiedliche Frageformen:

Das Gespräch in Gang bringen und Informationen bekommen: Offene Fragen (W-Frage) – Informations- und Aktivierungsfragen

- „Was kann ich für Sie tun?“
- „Welche Farbe schwebt Ihnen denn vor?“
- „Wie waren bislang Ihre Erfahrungen mit diesem Produkt?“
- „Was halten Sie davon?“

Eine gute Verständigungsbasis erreichen: Aktives Zuhören - Rückfragen

- „Verstehe ich Sie richtig, Sie bezweifeln, ob die Schale zu Ihrem sonstigen Geschirr passt?“
- „Welche Anforderungen an die Qualität haben Sie? Was muss das Produkt für Sie erfüllen?“

Eine Entscheidung erreichen: Geschlossene Fragen (Ja/Nein), Alternativfragen

- „Soll ich Ihnen die Schokolade noch dazu legen?“
- „Welche Sorte nehmen Sie – den Hochlandkaffee oder den magenfreundlichen?“

Das Gespräch in eine bestimmte Richtung lenken, eine Stimmung erzeugen: Taktische Fragen (Ja-Kette), rhetorische Fragen, Suggestivfragen

- „Trinken Sie auch so gern Kaffee?“
- „Hat Ihnen der XY-Kaffee auch so gut geschmeckt?“
- „Soll ich es als Geschenk verpacken?“ (als Entscheidungshilfe)

Achtung! Gerade diese Fragen können, zur falschen Zeit und bei der falschen Person angewandt, zu großen Widerständen führen. Niemand lässt sich gerne manipulieren und wenn es noch so charmant geschieht. Hinterher bleibt ein schales Gefühl, wenn man sich überrumpelt fühlt. Also vorsichtig und sparsam damit umgehen.

Von Fettnäpfchen und Pulverfässern:

Das Selbstwertgefühl der Kund*innen ist oft empfindlich. Folgende Situationen sind in dieser Hinsicht „gefährlich“ und könnten den/die Kund*in abschrecken:

- Gespräche unter Kolleg*innen, wenn die Kund*innen bedient werden möchten.
- Ein/e Ladenmitarbeiter*in ist intensiv mit etwas anderem beschäftigt, packt z. B. eine Lieferung aus, während Kundschaft im Laden ist.
- Wenn das Telefon klingelt, lässt der/die Ladenmitarbeiter*in die Kund*innen im Laden stehen.
- Überschwängliches Begrüßen besonderer Kund*innen könnten die bereits anwesenden Kund*innen als Herabsetzung ihrer Person werten.
- Glangweilte Mimik und desinteressiertes Antworten auf Fragen der Kund*innen wird leicht als Missachtung der Person empfunden.
- Sätze, die mit „Ach, das meinen Sie...“ oder „Nein, da irren Sie sich...“ anfangen, wirken abschätzig gegenüber der/dem Angesprochenen.
- Wenn mehrere Kund*innen im Laden sind, kann es wichtig sein, die Reihenfolge des Eintretens zu beachten, damit die Beratung der Kund*innen dieser Reihenfolge angepasst werden kann.
- Im Verkaufsgespräch zu nahe an dem/der Kund*in zu stehen, wird von vielen als unangenehm empfunden. Ein bis zwei Armlängen Entfernung zwischen Verkäufer*in und Kund*in ist ein Maß, das die meisten Menschen vertragen. Probieren Sie es einmal mit einem/einer Kolleg*in aus.
- Ein gelungenes Verkaufsgespräch zeichnet sich nicht dadurch aus, dass etwas verkauft wurde, sondern dadurch, dass der/die Kund*in zufrieden ist und gegebenenfalls wiederkommt. Die Kund*innen bitte auch nicht zu einer Verkaufsentscheidung drängen: Ein Nein oder Bedenkezeit sollten Sie freundlich und wohlwollend zur Kenntnis nehmen.

Schwierige Situationen meistern

Umgang mit Reklamationen:

Eine professionelle Bearbeitung von Beschwerden und Reklamationen schafft eine starke Bindung zum/zur Kund*in oder Geschäftspartner*in. Deshalb ist es wichtig, dass klare Regeln im Umgang damit gibt. Alle Mitarbeiter*innen sollten Reklamationen bearbeiten können, denn ein erneutes Warten oder sogar ein Wiederkommen könnte die Kund*innen endgültig vergraulen.

Folgendes Verhalten ist bei Reklamationen sinnvoll:

- Die/den Kund*in nicht unterbrechen! Er/sie ärgert sich und will sich „aussprechen“. (Ausnahme: Wenn Kund*innen ausfallend werden, das Gespräch mit Hinweis auf den Tonfall abbrechen.)
- Signalisieren, dass man zuhört und den Ärger verstehen kann: „Ich verstehe, dass Sie sich ärgern.“, „Ich merke, Sie sind verärgert.“
- Sich für die Information bedanken! Das bietet die Gelegenheit, die Qualität der Leistung zu überprüfen und zu sichern. „Ich bin froh, dass Sie damit kommen. Wir werden das Problem auch unseren Lieferanten berichten.“
- Fragen, um das Problem zu konkretisieren und Lösungswege zu erarbeiten: „Mit wem haben Sie gesprochen?“, „Wann ist die Ware angekommen?“, „Wie können wir Ihnen am schnellsten/besten aus der Misere helfen?“ usw.
- Am Schluss des Reklamationsgesprächs soll eine klare und verbindliche Aussage stehen.
- Den Fehler so schnell wie möglich beheben (unbürokratischer, schneller Umtausch von fehlerhafter Ware): „Sie bekommen selbstverständlich sofort eine frische Packung Kaffee!“

Auch wenn es mal schwerfällt:

- Einer/einem reklamierenden Kund*in nie das Gefühl geben, verärgert zu sein.
- Es ist ein Vertrauensbeweis, dass er/sie mit der Beschwerde in den Weltladen kommt!
- Sachlich und freundlich bleiben!
- Entschuldigungen als „leere Worthülse“ vermeiden!

Diebstahl:

Diebstahl kommt auch im Weltladen vor. Er ist ärgerlich und in den meisten Fällen wird er von den Mitarbeitenden nicht oder zu spät bemerkt werden. Die wichtigste Regel heißt also zunächst: Ärgern hilft nicht!

Gelegenheit macht Diebe ...

Auch wenn Diebstahl nicht vollständig verhindert werden kann, gibt es doch einige Maßnahmen, die es Dieben erschweren, mit unbezahlter Ware den Laden zu verlassen:

- Der Laden sollte übersichtlich und gut ausgeleuchtet sein.
- Insbesondere kleinteilige und hochpreisige Artikel wie Schmuck sollten in Kassennähe und/oder in Vitrinen präsentiert werden.
- Den Kund*innen zeigen, dass man sie im Blick hat (etwas in der Nähe ordnen, sortieren oder dekorieren). Auch Spiegel, die den Blick in schwer einsehbare Bereiche ermöglichen, können u. U. zusätzlich sinnvoll sein, aber nur, wenn man auch hineinsieht.
- Den/die Kund*in freundlich ansprechen, um einen persönlichen Kontakt herzustellen. Eine aktive Ansprache ist zugleich auch die beste Diebstahlprävention.
- Ausreichend Personal im Laden erleichtert es, Kund*innen im Blick zu behalten.
- Körbchen u. ä. anbieten, in denen ausgesuchte Ware gesammelt werden kann.
- Der/dem Kund*in anbieten, bereits gewählte Waren an der Kasse abzulegen.

Wenn doch jemand ertappt wurde ...

Nur in dem Fall, dass der Diebstahl zweifelsfrei mit eigenen Augen gesehen wurde, kann direkt interveniert werden. Ein vager Verdacht reicht nicht („Drückte sich so in der Ecke herum.“).

- Versuchen, ruhig und bestimmt aufzutreten. Wenn möglich, zu zweit.
- Keine Aktionen, die die eigene oder die Sicherheit anderer gefährdet. Keine Provokation, kein Festhalten, kein Verstellen des Fluchtweges. Üblichen Abstand einhalten. Körperlichen Kontakt vermeiden und keine Gewalt anwenden.
- Die Person in einen ruhigen Bereich des Ladens, ins Büro o. ä. bitten. Öffentliches Bloßstellen vermeiden.
- Wenn dafür in einen abgeschlossenen Raum gegangen wird, am besten zu zweit sein. Person vorangehen lassen.
- Beschreiben, was gesehen wurde, ohne Vorverurteilung. Die Person bitten, das Produkt herauszugeben.
- Keine Kontrolle der Tasche ohne ausdrückliches Einverständnis durchführen.
- Gibt die/der Kund*in die Ware heraus und zeigt den Personalausweis, dann sind Polizei und Festhalten überflüssig.
- Eine Anzeige ist aber immer angeraten. Auch (schriftliche) Hausverbote sind sinnvoll.
- Bei Fluchtversuch, Weigerung mitzukommen oder Nicht-Ausweisen-Wollen die Polizei rufen.
- Wichtig: Die Ware gilt erst dann als gestohlen, wenn die/der Kund*in ohne Bezahlung mit klarem Ziel nach draußen den Kassenbereich verlassen hat.

Guten Tag! ... und dann? Wie spreche ich Kund*innen an?

Kund*innenverhalten

Verkäufer*innenverhalten

Kund*in betritt den Laden oder tritt an den Stand heran	„Guten Tag“, Augenkontakt herstellen, aufstehen.
Kund*in schlendert im Laden herum	durch Augenkontakt Aufmerksamkeit signalisieren, aber nicht sofort ansprechen.
Kund*in nimmt ein Produkt in die Hand, schaut eine Produktgruppe intensiver an	ansprechen, möglichst auf das Produkt oder die Produktgruppe Bezug nehmen.
Kund*in schaut ratlos	<ul style="list-style-type: none"> - auf Kund*in zugehen, in angemessenem Abstand stehen bleiben. - Hilfe anbieten: z. B. „Suchen Sie etwas Bestimmtes?“
Kund*in sagt: „Ich möchte mich nur umsehen.“	<ul style="list-style-type: none"> - mögliche Antwort: „Bitte, gern. Wenn Sie Fragen haben, wenden Sie sich an mich.“ - durch deutliche Signale Offenheit zu erkennen geben: Blickkontakt herstellen, andere Arbeiten unterbrechen, aufstehen.
Kund*in sagt: „Ich suche ein Geschenk...“	<ul style="list-style-type: none"> - möglichst genaue Information über den Adressaten herausfinden: Hobbys, Geschlecht, Alter, Preisvorstellung, Produktgruppe; aktiv Vorschläge machen. - kein Streit über Geschmacksfragen. - Produkte den Kund*innen in die Hand geben.
Kund*in fragt: „Wissen Sie, wo ich xy bekommen kann?“	Wenn ein Produkt nicht vorrätig ist und der/die Kund*in auf eine Bestellung nicht warten möchte und Alternativen nicht akzeptiert, möglichst genau auch über andere mögliche Bezugsquellen informieren (schafft Vertrauen).

Was tun bei „Problemfällen“?

Kund*innenverhalten

Verkäufer*innenverhalten

<p>Reklamationen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aufmerksam zuhören bei der Beschreibung des Defekts. • Ware selbst in Augenschein nehmen. • Sich von möglicher Empörung der/des Kund*in nicht anstecken lassen: sachlich und ruhig bleiben. • wenn Reklamation berechtigt ist: im Rahmen der in der Gruppe vereinbarten Bedingungen Ware zurücknehmen, umtauschen, Reparatur anbieten etc. • Wichtig: Kulanz bei Reklamationen ist ein gutes Mittel der Kund*innen-Bindung.
<p>Diebstahl</p>	<p>Prävention:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufmerksames beobachten und Präsenz zeigen, Kontakt aufbauen <p>Wenn's passiert ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überlegt und ruhig bleiben (sehr schwer) • Bitte, die Ware auszuhändigen • Körperkontakt mit Kund*in vermeiden • Zeug*in und/oder Mitarbeiter*in mit hinzuziehen • Bei Eskalation Polizei rufen
<p>Unentschlossenheit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durch Fragen herausfinden, was die Kundin bzw. der Kunde sucht. • Alternativen nennen und betreffende Ware zeigen, allerdings darauf achten, dass es eine überschaubare Zahl von Alternativen bleibt (z. B. drei). • Sich ausdrücklich aus dem Entscheidungsprozess zurückziehen, wenn Möglichkeiten klar sind: „Überlegen Sie ruhig noch einige Zeit. Wenn Sie Fragen haben, bin ich da.“

<p>allzu große Redseligkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Möglichst reden lassen, vielleicht weiterarbeiten und nicht antworten, auch nicht „hmm“. • Keine neuen Themen ins Spiel bringen. • Nicht diskutieren! • Vorsicht: Es besteht die Gefahr, durch Vielredner/innen von anderen Kund*innen abgelenkt zu werden
<p>schlechte Laune</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ärgerliche Fragen oder Antworten nicht auf sich selbst beziehen. • Möglichst ruhig und sachlich bleiben. • Wenn die Angriffe persönlich werden, klare Grenzen ziehen.

Quelle:

Weltladen-Dachverband (2015)

Grundkurs Weltladen. Modul 5 “Die Kund*innen – unbekannte Wesen?”