



Dieses Wageninnere verspricht dem Kunden Dreck und Chaos auch in seiner Wohnung – und lässt bei ihm alle Alarmglocken klingeln

»Das geht gar nicht«

→ KOMMUNIKATION Eine peinliche Situation: Ein Kunde hat sich nach dem Auftrag über das Verhalten Ihrer Mitarbeiter beschwert. Vom ordentlichen Erscheinungsbild bis hin zum sauber hinterlassenen Arbeitsort – diese Regeln sollten Sie beherrschen, bevor Sie sich das nächste Mal in das Heim eines Kunden hineinwagen.

Der Kunde lässt Sie und Ihre Mitarbeiter in sein Allerheiligstes: seine Privatsphäre. Der Erfolg des Auftrags hängt daran, dass Sie alle sich dort angemessen verhalten. Denn Sie und Ihre Mitarbeiter übernehmen eine große Verantwortung für das, was Ihr Kunde Ihnen anvertraut.

Wenn es um das eigene Territorium geht, schlägt bei jedem von uns der Instinkt durch. Und der sagt: Lässt mein Gegenüber den Respekt vor meinem Eigentum vermissen oder schränkt er meine Raum- und Zeit-

hoheit, ein, bin ich bedroht. Dann nehme ich mein Gegenüber als Eindringling wahr. Und das macht ihn zum potenziellen Feind.

Für Sie bedeutet das: Wollen Sie erfolgreich auf dem Hoheitsgebiet Ihrer Privatkunden agieren, ist Respekt vor dem Eigentum, der Zeitplanung und der Person des Kunden selbst der wichtigste Schlüssel zur Zufriedenheit des Kunden. Denn fachlich gute Arbeit setzt er voraus. Mit höflichem Verhalten aber sammeln Sie genau die Bonuspunkte, die zu gegenseitiger Sympathie führen – und zum nächsten Auftrag.

10 Tipps, wie Sie zehn typische Situationen besser meistern als viele Ihrer Mitbewerber.

① Das Telefon klingelt, Maler bringt Kunde die freudige Botschaft: »Wir kommen dann am Vormittag!« Schön! Der Maler sagt telefonisch Bescheid, bevor seine Handwerkertruppe zum ersten Mal beim Kunden anrückt. Aber das war's auch schon. Denn »am Vormittag« ist keine Aussage, die den Kunden freut. Soll er jetzt von 7 bis 12 Uhr parat stehen und warten? Sagen Sie Ihrem Kunden möglichst genau, »»

wann Sie kommen. Sie können auch einen Zeitraum vereinbaren, dann allerdings so: »Wir kommen zwischen 9 und 9.30 Uhr. Ist das in Ordnung für Sie?« Und wenn Sie sich absehbar verspäten: In jedem Fall rechtzeitig anrufen und den ungefähren Zeitpunkt des Eintreffens nennen.

② Auftritt Maler-Truppe: Ein angestaubter Firmenwagen kommt schwungvoll vor Nachbars Garage zum Stehen.

Aus dem Innern des Wagens tönt laute Musik. Das macht Eindruck. Leider den falschen. Denn der Kunde und sein Nachbar merken: Hier dringen Personen in mein Hoheitsgebiet ein, die hoffentlich saubere Arbeit verkaufen, obwohl sie nicht danach aussehen.

Schwören Sie Ihr Team darauf ein, auf einen überzeugenden ersten Eindruck zu achten. Einen sauber gewaschenen Firmenwagen registriert der Kunden ebenso positiv wie akustischen Frieden, freundliches Verhalten im Straßenverkehr und defensives Parken nach Absprache.

③ Es klingelt. Vor der Tür stehen zwei verschlafene Maler, zerknittert und ungepflegt, so wie auch ihr Outfit.

»Morgen. Wir wären dann jetzt da!« Na toll. Komisch, dass der Kunde nicht in Begeisterungstürme ausbricht. Mit wem hat er es hier zu tun? Das kann ja heiter werden...

Kein Mensch verlangt von Ihren Mitarbeitern, dass sie nach der Arbeit wie aus dem Ei gepellt aussehen. Doch bei Arbeitsbeginn registriert der Kunde ein ordentliches Äußeres positiv – das fängt bei der Frisur an und hört bei der sauberen Arbeitskleidung längst nicht auf. Wichtiger ist allerdings eine höfliche Begrüßung, in der sich Ihre Mitarbeiter vorstellen. Etwa so: »Guten Morgen, Herr Beispiel, wir sind vom Malerbetrieb Mustermann. Ich heiße Viktor Vorbild und das ist mein Kollege Egon Exempel. Wir werden die nächsten drei Tage bei Ihnen arbeiten.« Und warum sollten Ihre Mitarbeiter bei der ersten Vorstellung nicht auch eine eigene Visitenkarte überreichen? So hat der Kunde ihre Namen stets parat und kann sie persönlich ansprechen.

④ Tapetenrollen und Farbeimer wandern ins Haus. Richtig viel und richtig schnell.

»Können Sie mal

Matthias Eigel
Kaleidoskop Marketing-Service



»Kundenorientiert ist der, der das in seiner Arbeit auf der Baustelle beweist – in vielen kleinen Einzelheiten«

zur Seite treten?«, herrscht der Mitarbeiter den Hausherrn an. Der bringt sich mit einem Sprung in Sicherheit und registriert mit Entsetzen die tiefen Eindrücke, die die schweren Eimer auf seinem hochflorigen Teppichboden hinterlassen. Dieser Kunde fühlt sich in die Ecke gedrängt und bangt um seinen Hausrat. Dabei wäre es so einfach, dem Kunden diese Angst zu nehmen. »Wir haben einiges an Material mitgebracht: Wo können wir das so lagern, dass es Sie am wenigsten stört?« klärt die Lage und signalisiert den Respekt und die Wertschätzung, die den Kunden beruhigt.

⑤ Die Maler überkommt ein menschliches Bedürfnis.

»Wo ist eigentlich die Toilette?« brummt der eine Geselle. Sein Kollege öffnet bereits eine Tür nach der anderen, um das Örtchen auf eigene Faust zu finden. Die beiden scheinen sich zuhause zu fühlen, ganz im Gegensatz zum Hausherrn.

Wie war das nochmal mit der Privatsphä-

re? Vor Arbeitsbeginn braucht es nur zwei Fragen, um diese ganz im Sinne des Kunden zu schützen. »Wir benötigen für unsere Arbeit Wasser. Wo können wir uns das holen?« – und in diesem Zuge: »Wäre es in Ordnung, wenn wir die Toilette benutzen würden?«

⑥ Eine Problem taucht auf. Das muss geklärt werden, und zwar sofort.

»Halloooooo, Herr Beispiel! Wo sind Sie denn? Wir brauchen Sie!« dröhnt es durch das ganze Haus. Keine Antwort. Macht ja nichts, man kann ja einfach suchen. Und da ist er ja schon, der Kunde. Hat sich im Wohnzimmer verbarrikadiert und telefoniert. »Können Sie mal?« wiederholt der Geselle in unüberhörbarer Lautstärke

Diskretion bitte! Was am Bankschalter gilt, gilt hundertfach, wenn man sich als Dienstleister in einem fremden Heim bewegt. Soweit möglich sollten alle Fragen, die die fachliche Umsetzung des Auftrags betreffen, vor Arbeitsbeginn geklärt werden, damit der Kunde nicht in Habacht-Stellung verhar-



Schwören Sie Ihr Team darauf ein, einen sauberen und freundlichen ersten Eindruck zu machen



Begegnen Sie dem Kunden mit Respekt und Freundlichkeit. Er wird es Ihnen danken

ren muss. Taucht eine dringende Frage auf, bitte nicht die Erkundungstour durchs Haus starten. Falls der Kunde nicht greifbar ist, können Sie vereinbaren, bei Fragen noch einmal an der Haustür zu klingeln.

7 Der Kunde wünscht Beratung. Und hätte da auch noch eine Frage.

»Wie ist das eigentlich mit der Lackbestellung ausgefallen?« wendet sich der Kunde an die beiden fleißig streichenden Maler. »Wird das mit dem speziellen Rotton für meine Haustür klappen?« Die zwei sind mitten in der Arbeit, über die Schulter gibt es die klare Ansage: »Keine Ahnung. Das müssen Sie den Chef fragen.«

Mag ja sein, dass nur der Chef informiert ist. Doch wie kommt so etwas beim Kunden an? Klingt das nach »Ihre Wünsche sind uns wichtig« und »wir sind jederzeit für Sie da«? Bei gleicher Faktenlage macht folgende Antwort den viel besseren Eindruck: »Das kann ich Ihnen auf Anhieb nicht sagen. Doch Moment, ich frage gleich nach bei meinem Chef und sage Ihnen dann Bescheid.«

8 Hier wurde gearbeitet. Das ist nicht zu übersehen. Folien, Tapetenreste, Schleifstaub, leere Eimer. »Wo gehobelt wird, fallen Späne!« erklärt der eine Geselle

stolz, so stolz, dass die beiden die Baustelle bei Arbeitsschluss genauso belassen. Man will ja auch am nächsten Tag noch sehen, was man geschafft hat.

Bei Arbeitsschluss muss jeden Tag aufgeräumt, Müll und Staub entsorgt und die Hinterlassenschaften im Firmenfahrzeug abtransportiert werden. Genauso wichtig ist natürlich das sorgfältige Abdecken vor Beginn der Arbeiten. Mit diesen enorm wichtigen Gesten machen Sie dem Kunden nicht

nur den Abend schöner, sondern entkräften die größte Furcht des Hausbesitzers, die ihn lang am Renovieren hindert: der Angst vor Schmutz ohne Ende.

9 ...und tschüss! Der Feierabend naht.

Richtig was weggearbeitet haben die beiden fleißigen Maler heute. Das muss reichen. Punkt 16 Uhr sind die beiden zur Tür hinaus. Was der Kunde eine Stunde später dann auch mal registriert. Man kann es einen Akt der Höflichkeit nennen: Sich verabschieden und dabei ankündigen, wann man am nächsten Tag wieder auf der Baustelle sein wird. Eigentlich aber ist es viel mehr: eine Geste des Respekts, Vermittlung von Sicherheit. Die Regel muss also unbedingt lauten: Eine kurze Verabschiedung ist das letzte, was bei Arbeitsschluss zu tun ist.

10 Auftrag erledigt, nichts wie weg.

»Wir wären dann fertig. Auf Wiedersehen. Die Rechnung kommt dann«, hört der Kunde noch, und schon fällt die Tür ins Schloss. Sein »Aber« verhallt dann schon im frisch gestrichenen Raum... Baustellenende ist nicht Kommunikationsende. Beim Abnahmegespräch können Sie z. B. auf Besonderheiten Ihrer Arbeit hinweisen oder erklären, warum bestimmte Leistungen nun aufwändiger waren als zunächst angeboten. Das erzeugt auf beiden Seiten ein gutes Gefühl und führt zu weniger Herummäkeln an der Rechnung oder anderen stillen Unzufriedenheiten.

Matthias Eigel

DAS WÜNSCHT IHR KUNDE!

Warum Ihr Team mit Benimm Kunden glücklich macht

■ Jede Baumaßnahme in bewohnten Räumen bedeutet für den Kunden Stress. Mit **einfühlsamen Verhalten** nach ganz **gewöhnlichen Höflichkeitsregeln** nehmen Sie dem Bauherrn und seiner Familie diese Anspannung.

■ Jeder Betrieb behauptet in seiner Werbung von sich, **sauber** und ganz an den Wünschen des **Kunden orientiert** zu arbeiten. Ihnen glaubt das der Kunde jetzt auch – denn Sie haben ihn durch Ihr rundum **zuvorkommendes Handeln** überzeugt.

■ Viele Bauherrn haben das Klischee vom unzuverlässigen Handwerker im Kopf, die jede Menge Ärger und Umstände mit sich bringen. **Sie brechen mit diesem Vorurteil.** Was meinen Sie, wen er jetzt, da er sie gefunden hat, beim nächsten Mal beauftragen wird?