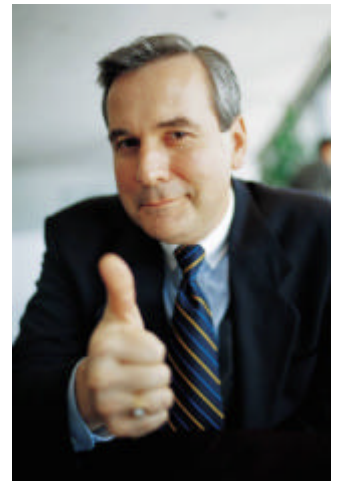


„Wirkungsvoll schreiben“:



**Kunden verstehen und
Verständnis wecken.**

1 Kunden verstehen

Was ist Kunden wirklich wichtig?

Eine einfache Frage – ohne eindeutige Antwort. Klar fallen uns sofort Begriffe ein wie „Service“, „Zufriedenheit“, „funktionierende Geräte“, „kleinste Preise“.

Aber was Kunden wirklich wichtig ist, wissen nur die Kunden selbst. Und wenn wir uns erinnern, wie es uns als Kunden und Kundinnen geht, fällt auf: Wir haben nicht immer die gleichen Wünsche.

Wie sollen wir dann Kunde verstehen?

Nun, vielleicht durch Fragen und Spiegeln, durch Blickpunktwechsel und Zuhören.

Im direkten Gespräch ist das ganz einfach, bei brieflicher Kommunikation müssen wir eventuell Umwege in Kauf nehmen.

Zuhören:

Im direkten Gespräch ist zuhören besonders wichtig. Und zwar aktives Zuhören, also mitdenken, bestätigen, nachfragen – aber nicht unterbrechen.

Dampf ablassen:

Geben Sie dem Kunden Gelegenheit, Emotionen los zu werden. Nehme Sie dies als „Dampf ablassen“ und beziehen Sie seine negativen Gefühle nicht auf sich.

Negativfilter vermeiden:

Negativfilter sind Einstellungen, die wir gerne und schnell gegenüber anderen Menschen verwenden: „Der ist so.“ „Querulant.“ „Trottel.“ „Planlos.“ „Typisch ...“

Damit bestimmen wir den weiteren negativen Verlauf der Kommunikation. Denn wir werden sehr schnell alle seine Handlungen durch diese Brille sehen. Und natürlich spürt auch unser Gegenüber, in welche Schublade wir ihn stecken.

Umschalten – Was braucht er/sie?

Negativfilter kann ich am besten verhindern, indem ich mich frage: Was braucht diese Person genau jetzt von mir? Wie kann ich das Beste für sie herausfinden und tun?



Mitgefühl - Entschuldigung:

Aufgebrachte Kunden brauchen vor allem auch eine Entschuldigung und Mitgefühl. Das heißt nicht, dass ich damit sage: Wir haben etwas falsch gemacht.

Bedauern ausdrücken heißt: Ich zeige, dass es mir leid tut, dass ein Kunde sich schlecht fühlt.

Fragen:

Wenn wir im Gespräch herausfinden möchten, wie unsere Kunden denken, helfen offene Fragen. Der Kunde muss dazu mehr als nur „ja“ oder „nein“ sagen. Offene Fragen sind zum Beispiel:

„Was hat gut funktioniert?“

„Wann ist unser Mitarbeiter gekommen?“

„Worüber haben Sie sich geärgert?“

„Wie sieht für Sie die beste Lösung aus?“

Spiegeln:

Wenn ich Aussagen meiner Kunden spiegle, bekomme ich ebenfalls Informationen. Zum Beispiel erfahre ich, ob ich die Aussagen meines Kunden richtig verstanden habe. Und manchmal bekomme ich schon allein durch die Wiederholung seiner Worte einen Eindruck seiner wahren Gefühle.

Zum Beispiel:

„Sie haben die Fehlermeldung gesehen und gedacht: Das kann doch nicht wahr sein!“

„Sie möchten also lieber das Produkt XY. Und Sie möchten nicht die Kündigungsfrist abwarten müssen.“

„Ich habe verstanden, dass Sie eine Gutschrift in Höhe von 50 Euro erwarten. Ist das richtig?“

Blickpunkt wechseln:

Wechseln Sie für einen Augenblick die Seite. Stellen Sie sich vor, Sie sind die Kundin. Was denken, erwarten, hoffen Sie? Was möchten Sie jetzt hören? Wie muss eine unangenehme Botschaft formuliert werden, damit Sie diese annehmen können? Was soll Ihr Gegenüber tun?

2 Verständnis wecken

Manchmal scheint es so einfach: Sie sagen, wie die Lage ist. Und der Kunde muss es nur noch verstehen und akzeptieren. Oft klingt es einfacher als es ist. Vor allem: verstehen heißt nicht akzeptieren. Und akzeptieren heißt nicht: Kunde gehalten.

Wie können wir es unseren Kunden – und auch uns – leichter machen?

- Probleme direkt ansprechen
- Verständnis formulieren
- Mitgefühl zeigen – „Es tut mir leid, dass Sie ...“ ist übrigens keine Entschuldigung, sondern ein Ausdruck von Mitgefühl.
- Einwände vorwegnehmen
- Einfache Sprache
- Zeigen, wie ich eine Lösung suche, Kunde mitmachen lassen
- Selbst der Lösung zustimmen und Zustimmung des Kunden erfragen
- Kunde einbeziehen und zum Nicken (Ja sagen) bringen
 - Name an Aussage hängen:
Das kennen Sie sicher auch, Herr Musterkunde.
 - Bezug zum Kunden herstellen:
Sie haben ja bereits selbst erwähnt, Herr Musterkunde, dass ...
 - Konsensformulierungen benutzen:
Jeder, der Erfahrung mit XY hat, weiß:
 - Kunde wertschätzen:
Sie als Profi, Herr Musterkunde, wissen sicher warum
 - Anderes Szenarium aufbauen:
Stellen Sie sich einmal vor: ...
Erinnern Sie sich an
 - Appelle einsetzen:
Nutzen Sie die Gelegenheit!
Helfen Sie uns, die beste Lösung für Sie zu finden.
- Nicht alle Fragen einfach beantworten – Kontext herstellen
- Keine Höflichkeit erwarten, grobe Unhöflichkeit beenden/unterbrechen