



Freundlichkeit macht erfolgreich

Gemeinsam für ein Ziel kämpfen, macht stark

Produkte in bester Qualität, eine professionelle Präsentation, ein umfassendes Angebot und perfektes Marketing – das alles ist unwichtig, wenn Kunden sich unfreundlich, gestresst oder abweisend behandelt empfinden. Das Gefühl, willkommen zu sein und geschätzt zu werden, bindet Kunden noch immer wie kaum ein anderer Faktor. Im geschäftigen Alltag der Saison ist es aber gar nicht so leicht, dieses Gefühl zu vermitteln. Noch schwieriger wird es mit wechselnden Mitarbeitern im Verkauf, welche vielleicht noch nicht sehr erfahren sind oder im Stress gar nicht merken, welche Wirkung sie haben.

Die Agentur für Freundlichkeit in Köln beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit diesem Thema: Wie schaffen es Mitarbeitende im Spagat zwischen zügiger Leistung und einer Vielzahl an Aufgaben, Gäste und Kunden aufmerksam und serviceorientiert zu behandeln?

Kommunikationstrainerin Mareen Ilgner schmunzelt: „Das klappt vor allem immer dann, wenn Verkäufer und Servicekräfte den Sinn in der Freundlichkeit erkennen und merken, dass sie ihnen selber sehr nützlich sein kann.“ Ihre Kollegin Melanie Klaes erklärt: „Wir treffen immer wieder auf Teams, in denen es aufgrund des hohen Arbeitsanfalls übermäßig rau und zackig zugeht und wo sich die Verkaufskräfte dann aber ganz bildlich gesprochen zum Kunden umdrehen und diesen anlächeln sollen.“ Dies ist schon der erste Ansatzpunkt für die Agentur: nicht nur die Kunden, sondern auch die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind Menschen mit dem Bedürfnis nach Wertschätzung. Nur, wenn auch untereinander eine ausgeglichene und respektvolle Stimmung herrscht, kann diese angenehme Atmosphäre mühelos nach außen weitergetragen werden.



Rustikale Spezialitäten für Ihren Hofladen

- Schinkenspezialitäten in Scheiben und Stücken
- Kochschinken - saftig und pikant geräuchert
- Wurstspezialitäten
- Bierknacker
- diverse andere Köstlichkeiten

Jetzt Anfordern
Probierpaket & Artikelliste

Individuelle
Preisauszeichnung
möglich



Tel: 05485 - 96090 | info@gut-erpenbeck.de | www.gut-erpenbeck.de



Kommunikations-trainerin Mareen Ilgner: „Es ist schön, wenn Mitarbeitende merken, wie erfolgreich sie durch einen souveränen und offenen Umgang im Verkauf sein können“

Auf die Stimmung kommt es an

„Dort, wo Angestellte merken, dass sie gemocht und gefördert werden und wo sie die Möglichkeit haben, selber mal das Gespräch zu suchen und ernst genommen zu werden, fällt Freundlichkeit leichter und wirkt auch natürlicher“ sagt Mareen Ilgner.

Die beiden Coaches haben schon hunderte Verkaufs- und Servicekräfte aus verschiedenen Branchen trainiert und stellen klar: durch reines „Lächel-Training“ und auswendig gelernte Floskeln ist noch kein Betrieb langfristig kundenfreundlicher geworden. Dennoch schwören sie darauf, dass passende Kommunikationsstrategien und Körpersprache erfolgreich und mit Freude eingeübt werden können.

Das Ziel einer kundenorientierten Kommunikation ist dabei, dass der Kunde sich auf authentische Weise respektvoll behandelt fühlt und das Verkaufsgespräch für beide Seiten Spaß macht: „Es ist schön, wenn Mitarbeitende merken, wie erfolgreich sie durch einen souveränen und offenen Umgang im Verkauf sein können und welch gutes Feedback sie über den Tag ‚einsammeln‘. Das erhöht die Motivation ungemein und spricht sich rum.“

Authentisch und freundlich ist kein Gegensatz

Aus diesem Grund raten die Trainerinnen immer dazu, individuell bei dem jeweiligen Mitarbeiter oder der jeweiligen Mitarbeiterin anzusetzen und den Kundenumgang passend zum

Betrieb zu gestalten. „Ein Spargelhof ist kein Fünfsterne-Hotel, und so ein Verhalten erwartet eine Familie beim Wochenendeinkauf auch nicht. Aber wenn ein fröhlicher Gruß, eine motivierte Beratung und vielleicht noch ein nettes Wort für die Kinder drin sind, wird sie begeistert sein, wahrscheinlich mehr einkaufen und den Besuch in guter Erinnerung behalten. Auch ein eher introvertierter Mitarbeiter kann Freundlichkeit ausstrahlen, wenn er dem Gast viel Aufmerksamkeit schenkt“, sagt Melanie Klaes.

Natürlich gibt es grundsätzlich geltende Höflichkeitsregeln wie das Begrüßen und Verabschieden, doch selbst da kann man authentisch bleiben: ob „Guten Tag“, „Moin“, „Grüß Gott“ oder sogar ein saloppes „Hi“ – solange es zum Kunden und zum Mitarbeiter passt, wirkt es freundlich.

Die Körpersprache ist entscheidend

Ein entscheidender Faktor in der Wirkung zum Kunden ist die Körpersprache – und deren Wirkung ist Menschen oft nicht so bewusst, wie Mareen Ilgner erklärt. Hier ist es hilfreich, überhaupt erstmal zu klären, welche Körpersprache freundlich und professionell wirkt: z. B. Augenkontakt, eine offene Gestik und ein sicherer Stand auf beiden Beinen. Einige Läden installieren Spiegel im Verkaufsbereich, damit die Mitarbeitenden sich von Zeit zu Zeit selbst checken können. Die Trainerinnen der Agentur meinen dazu: „Solange es dem Personal hilft und ihnen Sicherheit gibt, ist das eine prima Methode. Von allen Tricks, die die Teammitglieder als unangenehm oder kontrollierend empfinden, raten

wir eher ab.“ Besser sei es, das Verhalten durch Feedback von Vorgesetzten oder Kolleginnen und Kollegen zu entwickeln.

Feedback ist das beste Training

In Seminaren und Schulungen kann durch die zielgruppengenaue Vermittlung von einfachem psychologischen Hintergrundwissen (Warum verhalten sich die Kunden so?) und durch das praktische Trainieren gut merkbarer Kommunikationshilfen, ein solider Grundstein für Serviceorientierung gelegt werden. Im Alltag wird das kundenfreundliche Verhalten aber vor allem durch positive Erfahrungen und konstruktives Feedback verankert.

Melanie Klaes rät ihren Auftraggebern deshalb: „Sprechen Sie Ihre Mitarbeitenden zwischendurch an, wenn Sie eine besondere Situation beobachten. Beschreiben Sie, welche Wirkung das Verhalten auf Sie hatte – beispielsweise: ‚Warst Du eben gestresst? Ich hatte den Eindruck, als Du mit der Kundin gesprochen hast, warst Du nicht ganz bei der Sache.‘“ Gleiches gilt auch für besonders gelungene Kundensituationen – ausgewogenes Feedback motiviert, fördert und bindet Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen langfristig an das Unternehmen.

Und wenn es mal schwierig wird?

Vielfältige Aufgaben, hoher Zeitdruck, kranke Kollegen und ungeduldige oder launische Kunden: es gibt viele Faktoren, die eine gelungene Kom-



Gelebte Freundlichkeit macht erfolgreich

Fotos: Jörg Sängler

munikation in Service und Verkauf erschweren können. Mareen Ilgner kennt die Nöte der Verkaufskräfte: „Die Frage, wie man sich den Stress nicht anmerken lässt, hören wir oft. Auch, wie man mit genervten oder sogar unerschämten Kunden umgehen kann, beschäftigt viele unserer Teilnehmenden.“ Auch hier ist freundliche Authentizität die Antwort: im Stress könne man zum Beispiel lächelnd zu einem Kunden sagen: „Puh – hier ist was los heute, danke für Ihre Geduld.“ Meist lacht und seufzt man dann zusammen – so hat man das Gegenüber ein Stück abgeholt und selber auf professionelle Weise etwas Luft abgelenkt.

Auch für Konfliktsituationen haben die Trainerinnen der Agentur eine Reihe von Deeskalationstipps parat, denn dies ist ein Anlass, aus dem sie häufig gerufen werden. Melanie Klaes sagt dazu: „Neben einigen wichtigen Kommunikationsregeln im Konfliktfall ist es uns besonders wichtig, hier die innere Haltung der Teammitglieder zu stärken, damit sie insgesamt weniger in solche Situationen geraten und diese zügig und professionell klären können.“

Mareen Ilgner,
Agentur für Freundlichkeit,

Eine Agentur, die Freundlichkeit lebt und verbreitet

1999 gründete Tanja Baum die Agentur für Freundlichkeit in Köln mit dem Ziel, der „Servicewüste Deutschland“ ein selbstbewusstes sowie professionalisiertes Freundlichkeits- und Servicequalitätskonzept entgegenzusetzen und dieses in Unternehmenskulturen langfristig zu verankern. Inzwischen setzen sich in der Agentur acht weitere Angestellte dafür ein, mit Unternehmen, Führungskräften, Teams und Mitarbeitenden positive Kommunikationsstrategien zu erarbeiten und diese zukunftsgerichtet in den Arbeitsalltag einzubinden. Den Trainerinnen der Agentur ist wichtig, sehr praxisorientiert zu arbeiten – sie fühlen sich in den Alltag ihrer Teilnehmenden und Auftraggeber ein und kennen eine Vielfalt unterschiedlicher Service- und Verkaufssituationen aus eigener Erfahrung.

**HANDGEMACHTE SPEZIALITÄTEN
AUS DER HOF-MANUFAKTUR**

Fragen Sie nach unserem
SORTIMENTS KATALOG 2021

> EINGELEGTE SPEZIALITÄTEN
> FRUCHTAUFSTRICHE & GELEES
> SIRUPE & SAUCEN

> SUPPEN & EINTÖPFE
> FERTIGGERICHTE
> BACK- & KOCHMISCHUNGEN

Hof Løbke GmbH & Co. KG
Alstedder Straße 148 ~ 49479 Ibbenbüren
☎ 05451 505830-0 ~ vertrieb@loebke.com ~ www.loebke.com