

Sind Sie der Chef im Ring?

Wie man schwierige Kundengespräche erfolgreich meistert.

Wir Menschen schätzen ein positives und harmonisches Umfeld, sowohl als Kunde als auch als Dienstleister. Kritische Situationen vermeiden wir aus Angst oder Unsicherheit, da schwer einzuschätzen ist, wie die jeweils andere Seite reagiert. Ein kritisches Gespräch birgt die Chance für eine Intensivierung des Kundenkontakts. Ein Kunde, der sich offen über Missstände äußert, ist ein „guter Kunde“: Er gibt dem Unternehmen immer noch eine Chance. „Den guten Seefahrer erkennt man bei Sturm“, besagt ein italienisches Sprichwort. Zeigen Sie dem Kunden, dass Sie nicht nur ein „Sonnenschein-Dienstleister“ sind, sondern gerade in schwierigen Situationen für ihn da sind und alles daransetzen, eine zufriedenstellende Leistung zu erbringen. Mit den folgenden Tipps für souveränes Verhalten in schwierigen Gesprächen, wird das ohne Weiteres gelingen.

- Abfangen der Emotionalität: Verärgerung, Enttäuschung, Wut – wer kennt das nicht?! Wechseln Sie die Perspektive und zeigen Sie auf, dass Sie aus Sicht des Kunden denken. Bringen Sie Bedauern und Verständnis zum Ausdruck. Bitten Sie – wenn erforderlich – um Entschuldigung. Menschen entschuldigen Fehler, reagieren jedoch gereizt, wenn diesen ausgewichen wird.
- Keine vorzeitige Stellungnahme, insbesondere keine Schuldzuweisungen

DER AUTORIN



DR. CORNELIA SCHLATTER

Die Betriebswirtin führt über ihr Trainings- und Beratungsunternehmen seit über zwanzig Jahren Schulungen und Qualifizierungsprojekte mit den Schwerpunkten Vertrieb, Service und

Mitarbeiterführung auf nationaler und internationaler Ebene durch.

www.cornelia-schlatter.de

- Seien Sie authentisch! Bedauern kommt nur dann glaubwürdig beim Kunden an, wenn Sie es auch tatsächlich so meinen. Die Entschuldigung als Floskel braucht niemand.
- Mehr fragen, weniger behaupten: Lassen Sie den Kunden ausreden und stellen Sie gute klärende Fragen. Ein „Das brauche ich gar nicht zu prüfen“ zeigt kein wirkliches Interesse.
- Bieten Sie Lösungen an: Der Kunde hat ein Recht darauf, zu wissen, wie es nun weitergeht (inhaltlich, zeitlich).
- Zeigen Sie am Ende des Gesprächs Größe und bedanken Sie sich für die Zeit, die sich der Kunde genommen hat, die offenen Worte, die Anregungen etc.

Die große Herausforderung in schwierigen Kundengesprächen stellt nicht nur die Situation als solche dar, sondern dass wir im Bruchteil von Sekunden herauszufinden haben, mit welchem Menschentyp wir es zu tun haben. Wir haben die richtigen Worte zu finden, um den Menschen und seine dahinterstehenden Bedürfnisse bestmöglich abzuholen. Wir haben „Hochleistungspsychologen“ zu sein, um am Auftreten der anderen Seite sofort zu erkennen, welche Formulierungen und welches Verhalten am besten in dieser Situation und zu diesem Menschen passen.

Mit wem haben wir es zu tun?

Welche Menschentypen erleben Sie tagtäglich? Da gibt es sicherlich den Dominanten, den Rechtshaberischen, den Choleriker, den Provokateur, den Arroganten und viele mehr – immer natürlich auch in weiblicher Form. Hinter jedem gezeigten Verhalten stecken ureigene Bedürfnisse dieses Men-

schen. Wir können es uns nun schwer machen und diese Bedürfnisse ignorieren. Das Gespräch wird deutlich länger dauern, und es kostet Kraft, Nerven und Energie. Wählen Sie Herangehensweisen, die beim anderen Menschen die „Ohren aufgehen lassen“. Die Chancen auf ein positives Gesprächsergebnis steigen.

Die Typfrage

Der dominante Typ ist ein extrovertierter Mensch, der es gewohnt ist, den Ton anzugeben. Wenn er in ein Gespräch geht, dann nicht, um zu diskutieren, sondern um zu sagen, wo es lang geht. Er braucht Raum für seine Darstellungen, unterbricht andere, will aber selbst nicht unterbrochen werden. Ergebnisse will er schnell erreichen. Persönliche Erfolge sind für ihn enorm wichtig. Machen Sie sich nicht kleiner. Er will zwar den Ton angeben, schätzt aber dennoch die Kommunikation auf Augenhöhe. Kommen Sie schnell zum Punkt, langweilen Sie ihn nicht mit Details oder verschachtelten Sätzen. Lassen Sie ihn gerne über seine Erfolge reden. Darin sonnt er sich. Verwenden Sie seine Worte: schnell, zügig, Ergebnis, Lösung, kurz, kompakt, auf den Punkt, „schaffen wir“, „kriegen wir hin“ etc. Nicht gut ankommen werden folgende Worte oder Sätze: „Das müssen wir bereden/erst einmal klären.“, ausführlich, detailliert, „das wird dauern“.

Beim rechthaberischen Typ ist der Name Programm: Er will recht haben. Er will zeigen, dass er eine hohe Expertise mitbringt, und sucht darin die Bestätigung durch andere. Geben Sie ihm diese Bestätigung: „Ich sehe, Sie haben darin Erfahrung.“ Bitte vermeiden Sie den offenen Widerspruch: „Das stimmt nicht, was Sie da sagen.“ Sagen Sie stattdessen: „Ich bin bei Ihnen.“ Bestätigen Sie seinen Standpunkt und relativieren Sie: „Ja, ich kann Ihre Sicht dazu durchaus nachvollziehen. Für uns stellt sich der Sachverhalt folgendermaßen dar ...“ Binden Sie ihn aktiv ein und fragen Sie nach seinem Standpunkt: „Was meinen Sie dazu?“

Der Choleriker ist mit Sicherheit einer der unangenehmsten Charaktere, da uns die Wucht seines Auftretens, die Lautstärke und die Aggressivität zu schaffen machen, uns ggf. sogar einschüchtern. Bitte bedenken Sie, dass der Choleriker bei seinem emotionalen Ausbruch erst einmal mit sich selbst beschäftigt ist. Seine Ohren sind „dicht“. Wenn Sie zu diesem Zeitpunkt auf ihn einreden, um ihm eine Lösung anzubieten, wird er nicht in der Lage sein, diese aufzunehmen. Lassen Sie ihn erst einmal toben. Geben Sie ihm immer wieder eine gewisse Bestätigung: „Ja, ich kann Ihre Verärgerung verstehen.“

„Ja, Sie haben Recht.“ Bitte beachten Sie: Erst wenn der Choleriker zur Ruhe gekommen ist, sind die Ohren wieder bereit, sachliche Klärungen aufzunehmen. Bieten Sie keine weitere Angriffsfläche, sonst wird der nächste Ausbruch entfacht.

Der arrogante Typ wird als einer der menschlich schwierigsten Gesprächspartner empfunden, da er mit einer gewissen Überheblichkeit auftritt. Dies mündet in herablassenden Kommentaren, mit der Absicht platziert, andere zu verunsichern oder gar zu verletzen. Er versteht das Spiel so hervorragend, dass Sie es ihm unabhängig davon, wie professionell Sie auf seine Kommentare reagieren werden, nie recht machen können. Dies ist ein Wechselspiel, bei dem Sie – je stärker Sie auf seine Provokationen reagieren – nur verlieren können. Wenn Sie es schaffen, die abgeschossenen Pfeile mit einer gewissen Ruhe und Gelassenheit zu ignorieren und immer wieder konsequent auf das sachliche Thema zurückzuführen, wird der Arrogante irgendwann den Spaß am Provokieren verlieren. Gern dürfen Sie auch in einer wertschätzenden Form – gehen Sie immer mit gutem Beispiel voran – eine klare Grenze markieren: „So wie das Gespräch verläuft, empfinde ich es als unangemessen.“ Schaffen Sie Verbindlichkeit für den weiteren Gesprächsablauf: „Können wir uns bitte darauf einigen, dass wir uns wieder auf die Sachthemen konzentrieren?“ In einem finalen Schritt, wenn sämtliche gelben Karten, die Sie gezeigt haben, nicht gefruchtet haben, werden Sie das Gespräch mit Stil und Würde beenden oder es vertagen: „Ich stelle fest, dass wir im Moment keine gemeinsame Basis haben. Lassen Sie uns gerne morgen nochmals telefonieren.“

SOUVERÄNITÄT LERNEN

In schwierigen Kundengesprächen trifft Mensch auf Mensch. Klären Sie für sich selbst, was Ihnen wichtig ist für ein gutes Gespräch. Werden diese Bedürfnisse von der anderen Seite ignoriert oder gezielt verletzt, ist es dringend geboten, Instrumente und Mechanismen zu lernen, um die eigenen Emotionen positiv zu lenken. Einfach geht immer – zeigen Sie insbesondere in schwierigen Gesprächen, dass Sie der Chef im Ring bleiben.

Wie das geht, vermittelt der Vortrag von Dr. Cornelia Schlatter im Rahmen der 8. DDIV-Wintertagung: 27. Januar bis 1. Februar 2019, Hotel Salzburger Hof Leogang.