

Berichte

Pressebericht vom 11.05.2007 Osterholzer Kreisblatt von Sabine Dammann

"Ein bisschen verrückt sein" Persönlichkeitstrainerin sprach vor Unternehmerfrauen über Umgang mit Kunden

OSTERHOLZ-SCHARMBECK. "Sie müssen ein bisschen verrückt und anders sein als alle anderen Anbieter", erinnerte Ingeborg Pflicht die Zuhörerinnen immer wieder. Und genau nach diesem Motto hielt die Persönlichkeitstrainerin den Vortrag zum Thema "Der Kunde steht im Mittelpunkt" bei der Kreishandwerkerschaft.

Hier ein Tänzchen, dort eine Anekdote, aber auch ganz viel Fachwissen vermittelte die Referentin, die seit vielen Jahren immer wieder zu Gast bei den Unternehmerfrauen im Handwerk ist. So war die Stimmung an diesem Abend besonders herzlich und für viele Gäste der Höhepunkt des Veranstaltungskalenders.



Foto: Sabine Dammann



Fotos: Sabine Dammann

"Ihre Kunden sollen nicht nur zufrieden sein, sondern begeistert sein", so Ingeborg Pflicht. Ob unflexible Ladenöffnungszeiten, unhöfliches Personal oder Hotlines, die ihre Kunden ewig warten lassen. "Deutschland muss noch viel lernen", befand die Persönlichkeitstrainerin. "Wir leben in einer Zeit, in der sich alles um den Kunden dreht, wir können uns Unfreundlichkeit nicht mehr leisten." Laut der Expertin lag bis Ende der 80er Jahre im Verkauf das Augenmerk auf dem Produkt, mit Beginn der 90er Jahre wurde umgedacht, der Kunde trat nun in den Mittelpunkt. Erlebniskauf und Wellnessgedanke sind die Strategien der Gegenwart. "Sie müssen flexibel und pfiffig sein", riet Ingeborg Pflicht. "Heben Sie sich von Mitbewerbern ab." Ob ein Koikarpenteich vor dem Modegeschäft oder Strandkörbe vor der Bäckerei - wenn der Kunde beruhigt und entspannt ist, öffne sich das Portemonnaie. Die Wirkung auf Kunden sei entscheidend. Und Wirkung entstehe zu 93 Prozent aus Stimme und Körpersprache. "Es ist also nicht so wichtig, was du sagst,

sondern wie du es verkaufst", erklärte Ingeborg Pflicht. Zu 95 Prozent urteilen und kaufen die Menschen mit dem Bauch. Entscheidend dabei seien die fünf Sinne, allen voran der Seh- und der Tastsinn. Kunden, die nicht wiederkommen, verliere man zu 70 Prozent, weil ihnen das Verhalten von Chefs und Mitarbeitern unsympathisch sei. "Wir brauchen Beziehungsmanagerinnen, keine Verkäuferinnen", meint die Referentin. "Sie müssen eine Beziehungsebene zu dem Kunden aufbauen, es ist Ihre Chance, dort anzusetzen und zu führen." Aufgesetzte Freundlichkeit und herunterhängende Mundwinkel dürfe es nicht mehr geben. Fröhliche Menschen brächten fünfmal mehr Leistung und Umsatz als schlechtgelaunte. Außerdem sei ein Lächeln die kürzeste Verbindung zum Kunden. Ein schönes Beispiel sei die Fußball-WM des letzten Jahres. "Damals haben sich alle von der positiven Energie und der Begeisterung anstecken lassen", erinnerte Ingeborg Pflicht und motivierte die Unternehmerfrauen. "Lassen Sie dieses Märchen auch in Ihrer Firma wahr werden."