

DAS KUNDENGESPRÄCH

Nicht jeder Aquapädagoge, nicht jeder gute Schwimmtrainer kann auch gleichzeitig ein guter Werbefachmann sein oder kann sich eines solchen bedienen. Doch um langfristig planen und arbeiten zu können, braucht jeder Schwimmschulanbieter ständig neue Kunden und muss sich bemühen, diese möglichst langfristig an sich zu binden. Mindestens 50% des Erfolgs ist sicherlich die gute Arbeit im Wasser – die verbleibenden Prozente stellen jedoch eine große Unsicherheit dar. Diese gilt es durch bestmögliche Kundenberatung und –betreuung aus zu gleichen. **Je intensiver ein Interessierter vorab informiert wurde desto einfacher fällt ihm anschließend der „Sprung“ ins Wasser – desto leichter hat es der Schwimm- bzw. Aquafitnesstrainer in der ersten Wasserstunde.**

Damit es zu einem ersten Beratungsgespräch kommen kann, muss mich der potentielle Kunde erst einmal finden – ich nutze also verschiedene Möglichkeiten im Internet, in Telefonbüchern, durch Hinweisschilder und durch Wegweiser, um auf mein Angebot aufmerksam zu machen. Ein einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Identity, Logo, Teamkleidung) bringt mich und mein Angebot jederzeit und überall wieder in Erinnerung. Ich schalte Anzeigen in Zeitungen, im Internet, in Schülerzeitungen und Vereinszeitungen (Ball sport, Reiten, Tennis etc.), lege Gesamtprospekte oder gezielte Flyer zu Einzelaktionen in meiner Umgebung aus (Kindergärten, Elternschulen, Arzt- und Physiopraxen, Kliniken, bei Hebammen, im Einzelhandel...). Ich Sorge dafür, dass meine bestehenden Kunden für mich werben, da sie von meiner Arbeit so überzeugt sind, dass sie mich immer wieder weiter empfehlen! Diesen Bereich kann ich durch Werbepremien für „Kunden werben Kunden“ noch verstärken. Last but not least: **Der Kunde findet mich, weil er einen anerkannten Experten sucht!**

Ich muss sicher stellen, dass meine Kunden mich erreichen können und ich Zeit für sie habe. Am Beckenrand zwischen zwei Schwimmschulstunden ist es schwierig, ausreichend Zeit, Aufmerksamkeit und Material für administrative Belange, für die Klärung eines Problems oder für umfangreiche Informationen auf zu bringen. Ich muss also außerhalb des Wassers genügend Möglichkeiten bieten, dass Kunden mit ihren Fragen und Problemen mich oder einen Mitarbeiter erreichen können (Bürozeiten, Anrufbeantworter, Email). Dafür muss gewährleistet sein, dass alle Mitarbeiter in der Lage sind, korrekt Auskunft zu geben, dass die Internetpräsentation auf dem aktuellen Stand ist, dass das Werbematerial aussagekräftig ist. **Der Kunde soll von Anfang an Kompetenz und Aufmerksamkeit spüren.** Ich sollte mir folgende Fragen selbst immer wieder mit ja beantworten können: **Würde ich als Kunde bei dieser Schwimmschule buchen? Gefällt es mir in dieser Schwimmschule so gut, dass ich sie oft und gerne weiterempfehle?**

Um Kunden langfristig zu binden und nicht zu häufig in aufwendiger Büroarbeit zu ersticken bieten sich Halbjahreskonzepte an. Die Kunden werden von Anfang an über Kursinhalte und –ziele und über Folgekurse informiert. Der Kunde findet ein offenes Ohr für alle seine Fragen, Wünsche und Anregungen. Ein typischer Kunde sollte behaupten können: „Beim Buchen und Schwimmen in der Schwimmschule ... stehe ich im Mittelpunkt. Ich werde stets freundlich und zuvorkommend behandelt, lasse mich verwöhnen bzw. lerne ständig Neues und genieße die besondere Kompetenz. Man kümmert sich um mich und bei Fragen oder Sorgen wird mir umgehend

geholfen.“ Oder: „Ambiente, Lehrmethoden, Geräteauswahl, Kompetenz der Unterrichtenden und der Qualitätsstandard überraschen mich immer wieder aufs Neue, das Preis- und Leistungsverhältnis stimmt.“ Es geht also immer wieder darum, meinen Kunden Erlebnisse zu verschaffen, die sie dazu bringen, weiterhin bei mir zu buchen und mich im Bekanntenkreis weiter zu empfehlen. Ich vermittele dem Kunden, dass er für mich wirklich wichtig ist (nicht nur als zahlender Kunde sondern insbesondere als Mensch)! Deshalb ist es für die Gespräche immens wichtig, sich Einzelheiten über den Kunden zu merken und diese im Verlauf des Gespräches oder während späterer Gespräche wieder einfließen zu lassen. Ich kenne meine Kunden mit Namen! Aber Achtung: „Siezen“ und „duzen“ sollte genau dosiert werden: Im Wasser darf es sicherlich gerne ein „du“ sein, aber am Telefon und im Schriftverkehr sollte erst einmal das „Sie“ benutzt werden. **Ich gebe meinem Kunden das Gefühl, ein besonderer Kunde zu sein.** Durch Einbindung des Kunden während verschiedener Aktivitäten (z. B. als Helfer bei Veranstaltungen wie z. B. Schwimmwettbewerbe, Filmaktionen, Tannenbaumschlagen, Halloween- oder Faschingpartys im Wasser u.v.m.) stärke ich das Wir-Gefühl und damit die Bindung an meine Schwimmschule.

Sollte dann doch einmal etwas schief gelaufen sein, dann warte ich nicht erst, bis sich der Kunde beschwert, sondern ich gehe aktiv auf ihn zu und biete eine Lösung an (**pro-aktives Beschwerdemanagement**). So kann ich nachhaltig die Beziehung stärken und das Vertrauen ausbauen. - Denn: Negative Erfahrungen werden schneller und häufiger verbreitet als positive.

Zu guter letzt noch die kleine Geschichte vom netten Kunden

Guten Tag. Sie kennen mich, ich bin ein netter Kunde.

Ich beklage mich nie. Im Restaurant warte ich geduldig, wenn die Kellnerin mit ihrem Freund plaudert und sich keinen Deut darum kümmert, ob meine Bratwurst schon fertig ist. Manchmal bekommt einer, der nach mir gekommen ist, meine Bratwurst. Aber ich sage kein Wort.

Im Fachgeschäft nehme ich auf meine Mitmenschen Rücksicht. Zum Beispiel, wenn mich eine mürrische Verkäuferin bedient, die brummig und gehässig wird, weil ich mir – bevor ich kaufe – mehrere Artikel ansehen möchte. Ich bleibe höflich und zuvorkommend. Nie kritisiere ich. Das würde mir im Traum nicht einfallen, wie andere Leute in der Öffentlichkeit eine Szene zu machen. Das ist so albern.

Ich bin ein netter Kunde!

Ich will Ihnen aber auch sagen, was ich noch bin. Ich bin der Kunde, der nie wieder zurück kommt. Das ist meine Rache dafür, dass man mich herum schubst. Gewiss, auf diese Weise kann ich meinem Ärger nicht gleich Luft machen, aber auf lange Sicht ist das eine tödliche Rache.

Wer zuletzt lacht, lacht am besten, sagt man. Ich lache, wenn ich sehe, wie Sie wie verrückt Geld für Werbung ausgeben, um mich zurück zu holen. Dabei hätten Sie mich von Anfang an mit ein paar netten Worten und einem freundlichen Lächeln behalten können.

einige Stichworte zu Gesprächstechnik, Mimik und Gestik

- Wenn ich eine Person überzeugen möchte, dann muss ich mich auf sie einlassen – eine ausreichende Beziehungsbasis schaffen
- Es gehört zur professionellen Gesprächsführung, eigene Empfindungen und Gefühle wahr zu nehmen und ihnen so nicht völlig ausgeliefert zu sein. Es ist ein Zeichen von Professionalität, wenn ich nicht nur mit mir sympathischen Menschen akzeptable Gesprächsergebnisse erziele, sondern auch mit Menschen, die für mich im Umgang eher schwierig sind.
- Räumliche und zeitliche Faktoren können während eines Gesprächs z. B. einschüchtern, stören, Intimität erzeugen, Wertschätzung signalisieren oder die Arbeitsfähigkeit erhöhen – je nachdem, in welchem Rahmen und zu welcher Zeit das Gespräch stattfindet. Beachte: Nebenbeschäftigungen, z.B. Lesen, Akten sortieren oder sogar Telefonieren sind Signale, die der Gesprächspartner als Mangel an Wertschätzung interpretieren wird
- Auch bei Telefonaten bemerkt der Gesprächspartner, ob ich ihm meine volle Aufmerksamkeit widme oder nebenbei etwas anderes mache. Auch ein Lächeln schafft es durch die Telefonleitung ☺ !!!
- Gesprächsziele bewusst machen – Ziele formulieren – auf positive Formulierungen achten – Gesprächsziele des anderen nicht ignorieren, denn: tragfähige Ergebnisse sind immer solche, bei denen beide Seiten möglichst viele ihrer Vorstellungen und Interessen verwirklicht sehen
- Eines der wichtigsten und effektivsten Gestaltungsmittel im Gespräch ist das Zuhören! – Wenn ich selbst ernsthaft und aufmerksam zuhöre, hat auch mein Gesprächspartner eine höhere Bereitschaft, sich mit meiner Sicht der Dinge und meinen Argumenten auseinander zu setzen, also mir zu zu hören. - neue Dinge erfahren, andere Sichtweisen – Signale des Zuhörens: offene Körperhaltung, Nicken, zustimmende oder verstehende Laute („hm“, „ja“, „aha“), regelmäßiger Blickkontakt, gezieltes Nachfragen
- Kein Zeitdruck! Lieber signalisieren, dass mir das Gespräch wichtig ist und dass es ohne Zeitdruck an einem anderen Termin besser passen wird –neuen/festen Termin vereinbaren!
- Klar kommunizieren gilt im deutschen Sprachraum als etwas Positives, ist ein Ausdruck von Sicherheit und Souveränität. Das, was ich sage, sollte stimmig und eindeutig sein – setzt voraus, dass ich weiß, was ich sagen will und was nicht. Gesprächspartner spüren Unstimmigkeiten; alle Stimmen/Meinungen in mir sind eine wertvolle Orientierungshilfe, die aber vor Gesprächsbeginn geklärt sein sollte.
- Niemals unter Zeitdruck handeln! Es ist ein legitimes Mittel, die Antwort (Lösungsmöglichkeit) auf zu schieben.
- Checkliste f. Grundsätzliches Überzeugen: Verzicht auf „Weichmacher“ wie eigentlich, eventuell, wohl... / für die eigene Kompetenz einstehen / Konjunktiv ist die falsche Form / direkte Ansprache / gezielt fragen / Hintergründe erfragen / anderen eigene Meinung zugestehen / Argumente einsetzen, die auf die Person und ihre Interessen zugeschnitten sind / engagiert diskutieren, aber keinen Druck ausüben / überzeugen, nicht überreden! / Erfahrungen und Beispiele benennen / offen zuhören und verstehen / respektvoll und fair / Um zu überzeugen, muss man warten können. Oft brauchen Menschen Zeit, um Argumente in Ruhe auf sich wirken zu lassen. Dies geschieht oft erst nach dem Gespräch. (-> Infopost!)

- Ängste ernst nehmen! Wirkt jemand im Gespräch ängstlich und scheu, verwende ausreichend Zeit für den Beziehungsaufbau. Rede von dir persönlich, zeige etwas von dir selbst als Mensch, so dass dein Gesprächspartner ein Gefühl für dich bekommt und eine Vertrauensbasis geschaffen wird.
- Bei Problemen: Konfrontation vermeiden / nicht bei jedem Argument des Gesprächspartners widersprechen / zuhören und nachfragen / Gemeinsamkeiten deutlich machen / Verzicht auf persönliche Angriffe oder Herabwürdigung / Vermeidung der Debatte um „richtig“ oder „falsch“ / zielorientiert agieren
- Persönlich formulieren besser, stärker, souveräner als eine unpersönlich formulierte Aussage, die ist nicht eindeutig und verwischt die eigentliche Aussage – Verzicht von „man“
- Der Körper redet mit! Haltung zeigen: lockere, aufrechte Körperhaltung ermöglicht fließende Atmung und gute Resonanz / im Sitzen dazu Becken aufrichten und Füße auf den Boden stellen - mittlere Spannung – genügend lange Ausatmen!
- Blickkontakt ist in unserem Kulturkreis ein wichtiges Transportmittel für Inhalte und – beim Zuhören – ein Signal für Aufmerksamkeit.
- Gesten sind natürliche, redebegleitende und unterstützende Ausdrucksmittel. Gestik verbessert den Sprechdruck und damit die Verständlichkeit. Fessele dich nicht selbst! Halte die Hände für Gestik einsatzbereit auf Höhe der Körpermitte, im Sitzen auf dem Tisch.
- Mimik – Dein Gesichtsausdruck gibt deinem Gegenüber Informationen darüber, wie er dich, deine Haltung zu einer Sache oder deine Beziehung zu ihm einschätzen soll. – Passen Mimik und Inhalt der Worte nicht zusammen neigen Menschen dazu, dem körperlichen Ausdruck mehr Gewicht bei zu messen als den Worten!
- Muskelbewegungen bestimmen auch unsere Gefühle: Mit hochgezogenen Augenbrauen kann niemand aggressiv wirken.
- Will ich eine Information oder Wahrnehmung nicht annehmen, wird das oft durch Ausblasen der Luft mit dem Mund angedeutet: Luft ausblasen/durch die Lippen schnaufen = Ich nehme das nicht an! – Oder: Mund und Lippen pressen sich zusammen signalisiert ebenfalls: Das mag und will ich nicht annehmen.
- Die Betonung, die Lautstärke, das Tempo – all das beeinflusst die Verständlichkeit und die Wirkung dessen, was du sagst. – Grundsätzlich klingt die Stimme besser, wenn du aufrecht und locker stehst oder sitzt. - bester Klang = in der Indifferenzlage (= Minimum an Aufwand vollster Klang), das ist der Tonbereich, in dem die Verstehenslaute „hm“ oder „aha“ von sich gegeben werden - mangelnde Stimmkraft lässt sich in gewissem Maß durch eine deutlichere Artikulation ausgleichen - Kiefer locker - Endsilben betonen - kurze, überschaubare Sätze bilden - kurze Sprechpausen einfließen lassen - eine für den Raum, den Inhalt, die Personenzahl und die Situation angemessene Lautstärke wählen – richtiges Sprechtempo wählen, damit Gegenüber alles versteht und die Information verarbeiten kann - Sollen die Worte wirken, muss der andere Zeit haben, sie zu begreifen. Dafür sind Pausen da – am Satzende, nach gedanklichen Abschnitten, vor besonders wichtigen Worten oder Passagen.

- (Quelle: Anja von Kanitz: Gesprächstechniken – Haufe Verlag)

Bedenkt bitte, ob Schwimmbad oder Büro: MAN KANN NICHT NICHT KOMMUNIZIEREN!!

Das Kundengespräch - Samstag, 20.11.2010 - 17:15 – 18.00 Uhr

(Gliederung)

- 17:15h Begrüßung und Vorstellung
- Kurzen Überblick über Ablauf und Inhalt
- Fragen, Wünsche, Erwartungen
-
- 17:20/17:25h Kundengespräch – **Wer, wann, wo, warum**
- Inhalt**, was ist wichtig: Alter, Welcher Kurs, Wann, Wo, Wie, Welcher Preis, Probestunde/Probemöglichkeit, Warteliste, Alternativenanbieter, Vertragslaufzeit, Trainer, Voraussetzungen, Infopost...
-
- 17:40h Gesprächstechniken – Telefon, Vis a Vis, Rhetorik, Körpersprache, Mimik
-
- 17:50/17.55h Verweis auf So 14.15h Sue – Umgang mit schwierigen Kunden
-
- 17:55h Fragen?
-
- 18:00h Feedback/Verabschiedung/Hinweis auf Kontaktmöglichkeit