

Deutsch/Kommunikation	Kommunikation reflektieren und gestalten	
Lehrkraft: Fr. Frings	Klasse:	Datum:



Kundengespräch

Das Kundengespräch ist eine besondere Art der betrieblichen Kommunikation. Der Mitarbeiter benötigt alle kommunikativen Techniken und Kenntnisse, die sich dazu eignen, andere Menschen zu beeinflussen. Die Interessen und Ansichten der Kunden weichen erheblich von denen des Mitarbeiters/Verkäufers ab, sodass seine wesentliche Aufgabe darin besteht, zu einem Konsens im Sinne eines Verkaufsabschlusses zu kommen.

Dazu benötigt er:

- ein hohes Maß an Aufmerksamkeit
 - Er hat ein offenes Ohr für den Kunden, seine Bedürfnisse und Kaufmotive und zeigt das durch seine Mimik und Gestik
- ein glaubwürdiges Auftreten
 - Er ist aufrichtig und sagt das, was er wirklich weiß. Er präsentiert sich als Experte und steht ehrlich zu seinen Wissenslücken. Das Gesagte ist stimmig und nachvollziehbar.
- die Fähigkeit, den Kunden zu bestätigen
 - Er lässt den Kunden spüren, dass er sein Wissen schätzt, denn der Kunde ist König. Der Mitarbeiter übernimmt die Aufgabe, für die Wünsche des Kunden Lösungen zu entwickeln und für jede Art von Schwierigkeiten und Beschwerden zuständig zu sein.
- die Fähigkeit, Konflikte zu entschärfen
 - Er reagiert auf eine Reklamation nicht mit einem Gegenangriff, sondern er fragt nach, drückt sein Bedauern aus und sucht dann nach einer möglichen Lösung.

Zunächst gilt es, allgemeine Grundannahmen zu beachten. Nachdem diese Grundannahmen bekannt sind, muss sich der Verkäufer auf das Kundengespräch vorbereiten. Dabei sollte die inhaltliche Vorbereitung, die organisatorische Vorbereitung, aber auch die Vorbereitung auf den Gesprächspartner beachtet werden.

Grundeinstellung	Verhaltensweisen
Innere Einstellung	<ul style="list-style-type: none"> • Nur wer mit sich selbst im Reinen ist, kann ein gutes Gespräch führen • Positive Einstellung gegenüber dem Kunden haben • Seine Firma und die dortige Tätigkeit mögen
Körpersprache	<ul style="list-style-type: none"> • Die Körpersprache des Gegenübers „spiegeln“ • Gemeinsamkeiten erarbeiten
Stimme	<ul style="list-style-type: none"> • Sprechgeschwindigkeit dem Kunden anpassen • Sprache anpassen • Stimmlage, Klang usw. der Situation anpassen
Worte	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht etwas tun „müssen“ für den Kunden, sondern „wollen“ • „Ja und...“ formulieren, anstelle von „Ja, aber...“ • Offen sagen, was man für den Kunden tun kann

Deutsch/Kommunikation	Kommunikation reflektieren und gestalten	
Lehrkraft: Fr. Frings	Klasse:	Datum:



Vorbereitung auf ein Kundengespräch

Ein gelungenes Kundengespräch beginnt mit einer guten Vorbereitung des Mitarbeiters. Er sollte folgende Fragen vorab für sich beantwortet haben:

1. Was bringe ich in das Gespräch mit?
2. Mit wem habe ich es zu tun?
3. Was will ich erreichen? (SMART)
4. Wie will ich es erreichen?
5. Was benötige ich dazu?

Inhaltliche Vorbereitung	Vorbereitung auf den Kunden	Organisatorische Vorbereitung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ziele festlegen ▪ Informationsbedarf klären ▪ Argumente vorbereiten ▪ Gespräch strukturieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informationen zum Kunden ▪ Kundentyp ▪ Tabu-Themen ▪ Fragen antizipieren und Antworten finden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenstellung der Unterlagen ▪ gegebenenfalls Organisation von Raum, Hilfsmittel, Bewirtung oder Anfahrt ▪ Zeitfenster festlegen

Durchführung eines Kundengesprächs

Zu einem erfolgreichen Kundengespräch gehört eine gute Struktur. Diese besteht im Groben aus einer zum Thema führenden Einleitung, einem die Hauptsache verhandelnden Hauptteil und einem ergebnisfesthaltenden Schluss.

Die fünf Phasen des Kundengesprächs

	Phase	Inhalt	Gesprächstechnik
Einleitung	- Kontaktaufnahme	<ul style="list-style-type: none"> - Small Talk - Aufbau einer Beziehungsebene 	- Offene Fragen
Hauptteil	- Bedürfnisermittlung	<ul style="list-style-type: none"> - Informationsbeschaffung - Fragen, um die Motive des Kunden kennenzulernen 	- Aktives Zuhören
	- Produktvorstellung	<ul style="list-style-type: none"> - Fachwissen - Klärung von Vor- und Nachteilen 	<ul style="list-style-type: none"> - rhetorische Fähigkeiten - Fähigkeit, zu präsentieren
	- Nutzenargumente	<ul style="list-style-type: none"> - Nutzen der eigenen Lösung aufzeigen 	<ul style="list-style-type: none"> - Argumentationstechnik - Ich-Botschaften
Schluss	- Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> - Ergebnissicherung - Kompromisse erarbeiten und akzeptieren 	<ul style="list-style-type: none"> - Alternativfragen - Geschlossene Fragen zur Entscheidungsfindung