

Extern ist Intern egal!

„Ihre Pflanzkästen sind nicht fertig, weil mein Großhändler diesmal erst einen Tag später liefert!“ – Und Ihr Kunde dreht in diesem Moment durch? – Kann passieren und ich kann es gut verstehen. Weil Externe die internen Belange häufig nicht interessieren. Ich ärgere mich auch maßlos über meine Werkstatt, wenn die neuen Reifen dann doch nicht geliefert wurden! Einfach weil ich bezahle, damit mir ein anderer ein Problem oder eine Dienstleistung abnimmt.

Nun passiert es immer wieder, dass Dinge nicht lieferbar sind, später oder auch mal in schlechter Qualität kommen. Und viele haben dafür auch Verständnis. Die Kunst ist, wie gehe ich mit denen um, die vermutlich kein Verständnis haben, und wie bereite ich mich auf ein solches Gespräch vor? Es klingt simpel, aber am besten ist ein lösungsorientierter Vorschlag. Das kann eine Alternativlieferung oder ein Produkt sein, eine Zwischenlösung oder auch mal ein ganz anderer Vorschlag. Wichtig: Das Problem aus Kundensicht lösen. Mein Problem sind nicht die fehlenden Reifen! Mein Problem ist, dass ich morgen nicht zu meinem Kunden komme, wenn der Wagen aufgebockt in der Werkstatt steht und ein Mietwagen zu teuer ist.

So ist doch die Grundfrage, was löst mein internes Problem beim Kunden aus? Bei den Pflanzkästen ist es vielleicht, dass die geladenen Gäste morgen den nackten Parkplatz sehen. Statt der Pflanzgefäße könnte aber leihweise der große Show-Oleander aus der Gärtnerei einen noch besseren Effekt auslösen. Und vielleicht verkaufen

Sie ihn so auch noch oder ein anderer wird auf Sie aufmerksam oder oder ... Auf jeden Fall wäre das eine Lösung, bei der Ihr Kunde mehr als zufrieden ist und sich dann sogar bedankt. Nicht weil er sieht, dass Sie Zeit und Geld ausgegeben haben. Sondern weil Sie sein Problem gelöst haben! Kosten und Mühen dürfen in so einem Fall nicht im Vordergrund stehen, Sie haben es (aus Kundensicht) vermasselt, also stehen Sie dafür gerade! Ganz wichtig: Geben Sie dem Kunden die Wahl, am besten aus zwei oder drei Varianten zur Lösung. So bekommt er einen noch besseren Eindruck Ihrer Flexibilität. Nebenbei merken Sie auch, dass es manchmal gar kein Problem gibt und er vollstes Verständnis hat.

Wenn nicht, sieht er Ihren Willen, den Kunden zufrieden zu stellen. Eine gute flexible Lösung kann sogar stolz machen und beweist Kompetenz beim Kunden! Immer eine Lösung haben, ist sicher eine sehr gute Profilierung für ein echtes Fachgeschäft.

Seien Sie also nicht zu kleinlich, lösen Sie ein vom Kunden unverschuldetes Problem großzügig und mehr als vollständig. Das überrascht und schenkt Vertrauen. Im Team sind die großen Fälle immer Chefsache, kleinere Fälle sollte aber jeder lösen können.

Und wie endete die Geschichte mit meinen Reifen? Sie haben die alten wieder aufgezoogen und am Samstag dann den Wagen geholt und wieder gebracht, mit den neuen. Geht doch, ich bleibe dort Kunde!

„Immer eine Lösung haben, ist sicher eine sehr gute Profilierung für ein echtes Fachgeschäft.“

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zulieferindustrie.

Kontakt: info@beyond-flora.com, www.beyond-flora.com



Foto: privat