

Kundenempfang

Herzlich willkommen in Ihrer Firma

Lädt ein Gastgeber zum privaten Besuch, gibt er sich besonders Mühe: Die Spielzeuge der Kinder werden weggeräumt, die Gastgeber huschen mit Staubsauger und Lappen durch die Wohnung ... Und wie sieht's in Ihrer Firma aus? Geben Sie sich auch Mühe, wenn ein Kunde bei Ihnen zu Gast ist?



Der erste Eindruck einer Betriebsliegenschaft gehört zu den «match-entscheidenden» Kriterien.

Text: **Stefan Jenny**,
Firma Marktwert GmbH, Rapperswil*
Bilder: **Felix Käppeli**

Kein Kunde besucht eine Gartenbaufirma aus reinem Vergnügen. In der Regel kommt er, um Pläne, Offerten oder Muster zu besprechen – und macht sich dabei ein Bild vom Unternehmen. Hoffentlich ein positives. Schliesslich geht es für ihn um viel Geld, und nichts würde ihn mehr irritieren als das Gefühl, ebendieses liege hier nicht in guten Händen.

Der Kunde irrt im Materiallager umher
Nutzen Sie die Chance, Ihre Kunden in Ihrem Geschäft zu empfangen und einen positiven Eindruck zu hinterlassen! Es gibt keine bessere Möglichkeit, in Echtzeit und 3D für sich zu werben. Es gibt aber auch viele Hürden, die im Kunden Zweifel wecken können, ob er wirklich Ihnen einen Auftrag erteilen soll. Es beginnt schon bei der Anfahrt: Haben Sie Ihrem Kunden exakt beschrieben, wie er Sie findet – oder irrt er zwischen Ampel, Kreisel, Stein- und

Erdlager herum? Eine vorab zugestellte Besuchsbestätigung mit Gesprächsthemen und Anfahrtsplan gibt Sicherheit und demonstriert echte, gelebte Professionalität.

Besprechung des Liebeslebens am Empfang

Wenn er dann bei Ihnen ist: Findet Ihr Kunde einen Parkplatz? zum Beispiel einen, der – angenehm überraschend! – mit «Heute reserviert für Max Mustermann» beschildert ist? Gelangt Herr Mustermann sauberen Fusses zu Ihnen oder klebt ihm die halbe Baumschule an den Schuhen, bis er zu Ihnen vorgedrungen ist? Dann beim Empfang, Ihrer personalisierten Visitenkarte: Nimmt man ihm das Jackett ab? Steht auf einer schönen Tafel «Herzlich willkommen, Herr Mustermann», was augenblicklich die Brust vor Stolz anschwellen lässt? Begrüsst ihn das Empfangspersonal überhaupt oder plaudert es ungerührt weiter übers Wochenend-Date, verborgen hinter einer Batterie von Papierstapeln? Gibt es ein schnippsches: «Moment, ich telefoniere gerade und schaue dann, ob der Chef frei ist ...?» Oder eher ein freundliches: «Sie sind be-



Die Kinder der Familie sollten beim Beratungsgespräch miteinbezogen werden.

stimmt Herr Muster, mein Name ist Müller, darf ich Ihnen einen Kaffee anbieten – mit oder ohne Schokolade?» Alle entscheidenden Stellen sollten über den Besuch informiert werden. Und auch wenn der Chef als Geschäftsleiter nicht persön-



Übers Eck ist es persönlicher.



Ein freundlicher Empfang trägt viel zur angenehmen Atmosphäre bei.

lich in eine Besprechung involviert ist, wird es Ihren Gast beeindrucken, wenn er von ihm kurz begrüsst wird.

Ihr Kunde muss auf die Strafbank

Warten sollte er ja nicht müssen, Ihr Gast, schliesslich hat er einen Termin vereinbart. Und wenn doch: Lassen Sie ihn in einer dunklen Ecke auf der «Strafbank» schmornen? Oder bieten Sie ihm spannenden Lese- oder Hörstoff wie beispielsweise die Firmenzeitschrift oder das g'plus in einer hellen Lounge mit geschmackvollen Blumen an? Man kann es nicht oft genug wiederholen, denn es gilt auch für Unternehmen: «Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck.» Fühlt ein Kunde sich bei Ihnen wohl, fühlt er nicht nur sich, sondern auch sein Geld, das er in Ihre Leistungen zu investieren gedenkt, gut aufgehoben.

Ölflecken auf dem Hemd

Ein anschliessender Firmenrundgang wird weiteres Vertrauen schaffen. Der Kunde anerkennt sofort, dass hier sauber gearbeitet wird. Er trifft auf freundliche, höfliche Mitarbeiter, er findet eine aufgeräumte Baumschule vor, ordentliche Bemusterungsmappen und stolpert weder über Heckenscheren, noch strotzt sein Anzug nach dem Rundgang von Maschinenölflecken.

Das Veto der Familie – für Sie!

Übrigens: Haben Sie Ihren Gast mit seiner ganzen Familie eingeladen? Warum nicht! Privatpersonen können Sie oft nur abends oder samstags besuchen – wenn sie dann die Familie mitnehmen dürfen, umso besser. Der Jüngste wird von den Dumpfern und Baggern begeistert sein, vielleicht erwartet ihn ja auch eine Spielecke mit – sauberen – Spielzeugen, Malstiften, Büchern und mehr. Der Garten soll dereinst die ganze Familie begeistern, nicht nur das zahlende Mitglied. Wenn Sie also Jung und Alt mit Herzlichkeit, Charme und Professionalität überzeugen können, dann werden beim anschliessenden Familienrat im Auto oder am Küchentisch alle ein Wort für die Auftragserteilung an Sie einlegen.

Einschüchterung im Sitzungszimmer

Die Sitzung, die bei Ihnen stattfindet, wird dem Verfasser Stoff genug für einen zukünftigen eigenen Artikel bieten. Nur so viel: Möge sich der Gastgeber nicht ans Haupt des langen Konferenztisches setzen und seine eingeschüchterten Gäste am anderen Ende Platz nehmen lassen. Übers Eck kommt man einander näher. Der Kunde wird es zudem danken, wenn er selber zu Wort kommt, ohne einen Redeschwall seines Gastgebers unterbrechen zu müs-

sen. Eine Verteilung von 60 zu 40 Prozent Redezeit ist ein guter Massstab; Sie unterbreiten ja ein Angebot, also dürfen Sie es ruhig erklären – und dabei auch Ihrem Kunden Raum für seine Wünsche geben.

Der Firmen-Rausschmeisser ...

Ist der Besuch zu Ende, rufen Sie Ihrem Kunden dann zu, er möge nun jenen Gang dort hinuntergehen, dann die Treppe nehmen, dann links abbiegen, durch den Korridor gehen, dort finde er seine Jacke wie-



Ein Firmenrundgang durch das anregend gestaltete und sauber aufgeräumte Gelände schafft Vertrauen und unterstreicht die Kompetenz des Betriebes.

der ...? Oder begleiten Sie ihn zum Auto, überreichen ihm am Ende eines heissen Tages eine Flasche Mineralwasser und dem Junior einen Spielzeugbagger oder an kalten Tagen einen Handheizstab?

... oder wie man Kunden gewinnt

Wer sich bei seinem Kunden für den Besuch und zum Beispiel auch für die wertvollen Anregungen, die er von ihm erhalten hat, bedankt, der beweist Sozialkompetenz. Erhält dieser Kunde ein paar Tage später noch ein schriftliches Dankeschön, fühlt er sich besonders wichtig. Und damit haben Sie Ihrem Kunden schon viele Hürden weggeräumt auf dem Weg zum Entscheid, Ihnen – und niemand anderem – den Auftrag zu erteilen.

Und wo genau ist da der freie Parkplatz für Ihren Kunden? ✔

* Stefan Jenny war jahrelang Geschäftsführer einer Gartenbaufirma und ist heute Inhaber der Marktwert GmbH (www.marktwert.ch), die sich auf Marketing und Werbung für Schweizer KMU spezialisiert hat. info@marktwert.ch



Variatenreich gestaltete Besucherparkplätze wirken kundenfreundlich.