

Wer ein Geschäft betritt, merkt gleich, ob er willkommen ist – oder eher als Störenfried empfunden wird. Denn die Worte, mit denen man begrüßt wird, kommen in einer lächelnd-fröhlichen Stimmlage völlig anders an, als die gleichen Worte mit einer genervt-ärgerlichen Stimme. Begrüßungen und das gesamte Willkommen müssen deshalb immer freundlich sein. In einer Nuance scheiden sich dennoch in diesem Punkt die Geister: Manche meinen, dass die aufgesetzte Freundlichkeit im Service, die man z. B. in den USA manchmal erlebt, wenig wert ist, weil es sich nicht um echte Freundlichkeit handelt. Aber man kann auch der Meinung sein: Lieber unechte Freundlichkeit als echte Unfreundlichkeit.

Freundlichkeit gehört zum Kundenkontakt

Doch neben der aufgesetzten Freundlichkeit gibt es auch noch die Möglichkeit echter Freundlichkeit und Herzlichkeit beim Umgang mit dem Kunden. Natürlich ist es manchmal schwierig, am Ende ei-

Ein Lächeln im rechten Moment

Bei Kontaktaufnahme mit dem Kunden kommt es auf Einstellung und Körpersprache an

nes langen, stressigen Arbeitstages noch freundlich oder gar herzlich zu reagieren. Trotzdem ist an jedem persönlichen Kundenkontaktpunkt Freundlichkeit unabdingbar. Ein chinesisches Sprichwort sagt dazu: „Wenn du nicht lächeln kannst, kannst du kein Geschäft eröffnen.“

Freundlichkeit gehört zu jedem Beruf, der mit Menschen zu tun hat. Sie ist vor Arbeitsantritt anzulegen, wie beispielsweise die Krawatte, die der Banker sich morgens umbindet. Aufgesetzte Freundlichkeit ist dabei die Minimalanforderung. Freundlichkeit ist immer vor allem Einstellungssache – wie Serviceverhalten insgesamt. Wenn die richtige Einstellung fehlt, kann man Menschen

trainieren, wie und solange man will. Nie werden diese Menschen Freundlichkeit daraus gewinnen, wenn sie mit anderen Menschen umgehen.

Nur Menschen, die Energie daraus gewinnen, mit anderen Menschen umzugehen, können mit ihrer gesamten Person echt freundlich oder herzlich wirken. Kommt jemand, der in Kundenkontakt steht, über diesen Mindeststandard nicht hinaus, sollte er den Beruf wechseln. Wenn er in einen Computer hackt, Zahlen traktiert oder Akten bearbeitet, dann kann er keine Kundenbeziehungen kaputt machen.

Neben den Worten und der Stimmlage wirkt mit circa sechzig Prozent als weiterer Faktor die Körpersprache auf den Kunden. Die Gestik kann Abwehr oder Offenheit ausdrücken. Mit verschränkten Armen können Kunden schlecht begrüßt werden.

Auch die Körperhaltung kann die unterschiedlichsten Botschaften senden. Eine unterwürfige Körperhaltung wird meist irritierend erlebt und trägt nicht zum Willkommensgefühl des jeweiligen Gegenübers bei. Heutzutage möchten die meisten Menschen einem gleichwertigen Partner gegenüberstehen. Deshalb ist eine arrogant-lässige Haltung ebenfalls nicht dazu angeht, Vertrauen zu erwecken und Willkommen zu signalisieren.



Eine positive Einstellung zum Beruf und dementsprechende Körpersprache wirkt auf den Kunden und beeinflusst seine Kaufentscheidung mit.