

Kunden gewinnen

Mit Dienstleistungen mehr Geld verdienen

Immer mehr Betriebe entdecken die Dienstleistung für sich. Um Dienstleistungen gewinnbringend einzusetzen, lohnt es sich, einige Grundregeln zu kennen und umzusetzen. Rosemarie Wagler gibt Ihnen einige Tipps.

Wer Dienstleistungen verkauft, konkurriert mit einer Vielzahl von Mitbewerbern. Nicht selten sind es Ihre eigenen Mitarbeiter, die Ihre Kunden zu günstigeren Preisen für sich gewinnen. Unternehmer, die sich mit Dienstleistungen am Markt etablieren wollen, müssen ihre Kunden und ihre Mitbewerber stets im Auge behalten. Kundenorientierung und Mitarbeiterorientierung sind die Basis für Ihren Geschäftserfolg.

Wer sich den Dienstleistungssektor erschließen will, braucht ein solides Konzept und jede Menge Ausdauer und Durchhaltevermögen. Dienstleistungs-Profis wissen, dass In- oder Outdoorbegrünung eine andere Professionalität braucht als Produktverkauf.

Wie Sie Ihre Kunden überzeugen

→ **Dienstleistungskauf ist Vertrauenssache.** Überzeugen Sie Ihre Kunden mit Fachkompetenz, Glaubwürdigkeit und Sympathie. Dabei muss und kann nicht jeder jedem sympathisch sein. Nutzen Sie als professioneller Dienstleister positive Gefühle für Ihren Geschäftserfolg. Eignen Sie sich Strategien an, wie Sie unsympathischen Kunden professionell begegnen.

→ **Glaubwürdigkeit ist ein Muss.** Vertrauen entwickelt sich, wenn das zutrifft, was Sie Ihrem Kunden angekündigt,



Lassen Sie Ihren Kunden dabei sein, wenn Sie etwas für ihn tun

zugesichert und versprochen haben. Auch Sie müssen Ihrem Kunden vertrauen können. Sie müssen sich darauf verlassen können, dass Ihr Kunde Absprachen einhält. Auf der Basis gegenseitigen Vertrauens entsteht für den Kunden und den Dienstleister ein kooperatives Miteinander und ein Gefühl der Zufriedenheit.

→ **Überzeugen Sie mit Beratungskompetenz.** Teilen Sie Ihr Fachwissen in einer für Ihre Kunden verständlichen Sprache mit. Häufig wird im Geschäftsalltag auf Kundenorientierung beim Beratungs- und Verkaufsgespräch zu wenig geachtet.

→ **Überzeugen Sie mit Sozialkompetenz.** Begegnen Sie Ihren Kunden wertschätzend und professionell. Das bedeutet, Sie beherrschen das kleine Einmal-

eins wertschätzender Umgangsformen: Sie schauen den Kunden an, wenn Sie mit ihm sprechen, Sie begrüßen und verabschieden ihn, Sie beraten, überzeugen und setzen auch die Ideen Ihres Kunden um.

→ **Überzeugen Sie mit der Top-Qualität Ihrer gärtnerischen Produkte.** Verwenden Sie Erden oder Gefäße, die Ihrem Qualitätsstandard entsprechen. Mit „deutscher Gärtnerqualität“ argumentiert inzwischen schon der Lebensmittel-einzelhandel, wenn er gärtnerische Produkte promotet. Trotzdem sollten Sie als Fachdienstleister der grünen Branche nicht resignieren. Zeigen Sie mit Stolz Ihre Qualitätspflanzen und kommen Sie mit Ihren Kunden als Fachmann ins Gespräch. Nutzen Sie als professioneller Dienstleister „Qualität“ für Ihren Geschäftserfolg.

Marketing mit Konzept

Werben Sie niemals mit den Schwächen Ihrer Mitbewerber, zeigen Sie Profil. Sprechen Sie mit Ihren Kunden über die Stärken Ihres Unternehmens als Dienstleistungs-Profi. Das erfordert Konzentration und Selbstdisziplin. Vermitteln Sie Ihren Mitarbeitern, dass Mitbewerberschelte kein Thema fürs Beratungs- und Verkaufsgespräch ist. Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter, gemeinsam mit Ihnen Profil zu zeigen.

Bewerben Sie bei allen Ihren Werbemaßnahmen konsequent Ihre Dienstleistungen. So bleiben Sie mit Ihrem Dienstleistungsangebot bei Ihren Kunden besser im Gedächtnis.

Zeigen Sie Ihren Kunden Ihre Dienstleistungen. Lassen Sie sich bei der Arbeit zusehen. Zeigen Sie stolz Ihr Können. Achten Sie darauf, dass Sie, wann immer möglich, dem Kunden zugewandt arbeiten. So können Sie jederzeit mit Ihren Kunden aktiv ins Gespräch kommen. Machen Sie auch mit Hinweistafeln oder Fotos auf Ihr Dienstleistungsangebot aufmerksam.

Wer nur am Eingang seine Dienstleistungen promotet, muss damit rechnen, dass der Kunde bei den vielen Angeboten und Einkaufsmöglichkeiten das Dienstleistungsangebot bis er es braucht, wieder vergessen hat. Wer seine Kunden erst an der Kasse mit einer geschmackvollen Hinweistafel informiert, tut zu wenig.

Meist hat der Kunde schon während des Einkaufens eine Möglichkeit für eine Lösungsidee. Bieten Sie Ihren Kunden Ihre Dienstleistungen ganz persönlich an. Bringen Sie sich mit Ihrem Dienstleistungsangebot während der ganz alltäglichen Beratungs- und Verkaufssituation mit ins Gespräch. Erwarten Sie trotz eines konsequenten Marketing-Mixes nicht sofortigen Geschäftserfolg. Dienstleistung ist kein Produkt, das spontan, weil es der Kunde gerne haben möchte, eben mal schnell gekauft wird. Dienstleistungen haben ihren Preis.

Wie Sie notwendige Preise durchsetzen

Klare Regeln für alle im Unternehmen sind unerlässlich. Jede Geschäftsfrau und jeder Geschäftsmann ist täglich gefordert, zu kalkulieren und auszuloten: Wo liegt die absolute Preisuntergrenze? Wo die Preisobergrenze? Dann lassen sich

für die Lieferung, netto = Netto-Angebotspreis + Mehrwertsteuer = Endpreis.

Überraschen Sie Ihre Kunden, wenn Sie bei ihnen in Erinnerung bleiben wollen, mit Höflichkeit und Hilfsbereitschaft oder mit einer kleinen Geschenkpflanze. Verbindliche Preisabsprachen mit Ihrem Team brauchen Sie auch, wenn

Die Kompetenz der Mitarbeiter ist von entscheidender Bedeutung.

mit einer der Situation angepassten Strategie Preise anpassen und verbindlich festlegen.

Mit diesen Preisen können Sie dann Ihren Kunden verbindlich begegnen. Vergessen Sie bei Ihrer Kalkulation nicht die Serviceleistungen, die in jedem Fall als Arbeitszeit zu Buche schlagen, mit einzurechnen. Sie haben nichts zu verschenken.

Aus verkaufpsychologischer Sicht ist es wenig nützlich, wenn Sie zwischen „kostenlosen“ Serviceleistungen und Dienstleistungen, die berechnet werden, unterscheiden. Sie fordern damit den Kunden unnötig auf, mit Ihnen und Ihren Mitarbeitern zu feilschen.

Die Kalkulation ist Chefsache

Was Kunden und Mitarbeiter brauchen, sind Handreichungen und Preislisten zur Orientierung. Der Kunde braucht klare Fakten.

→ Zu Dienstleistungsangeboten gehören Leistungsbeschreibungen:

- Arbeitslöhne,
- Fahrtkosten,
- Materialkosten sowie
- Kosten für Pflanzen und Blumen und so weiter.

→ Halten Sie sich an Ihre Berechnungsgrundlagen: Netto-Verkaufspreis der Materialien + Arbeitskosten, netto + Kosten

es um Preisnachlässe, Rabatte und um den Umgang mit unzufriedenen Kunden und Reklamationen geht.

Wie Sie Ihre Kunden binden können

Eine Dienstleistung kann nicht zurückgegeben werden. Jeder Mitarbeiter, der mit dem Kunden in Kontakt kommt, hat Einfluss auf die Kundenzufriedenheit. Kompetenz ist von entscheidender Bedeutung. Denn der Kunde bewertet die eigentliche Dienstleistung nicht von der Person getrennt.

Es ist für den Kunden auch schwierig, die Leistung und die Leistungsqualität ähnlicher Dienstleister zu vergleichen. Dienstleistungskauf ist in erster Linie Vertrauenssache und an Personen gebunden. Schon deshalb sollten Sie Dienstleistungen zur Chefsache machen.

Das bedeutet, dass Sie als Chef auch persönlich den Kontakt zu Ihren Kunden und Ihren dienstleistenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern pflegen. So sind Sie nah dran und können gemeinsam mit Ihren dienstleistenden Mitarbeitern zur Kundenbindung beitragen.

Text und Bild:
Rosemarie Wagler,
Waldbüttelbrunn

Mehr Umsatz – zufriedene Kunden



10x jährlich bietet Grüner Markt • News • Tipps
• Beispiele aus der Praxis • Interviews • Berichte von Fachleuten • Vorstellung von Trends und Entwicklungen

Ja, ich möchte **Grüner Markt** kennenlernen. Bitte senden Sie mir die nächsten 3 Ausgaben mit fast 50%igem Preisvorteil für € 15,- (inkl. MwSt. und Versandkosten) zu. Wenn ich **Grüner Markt** danach nicht weiter beziehen möchte, teile ich dies dem Verlag Eugen Ulmer, Wollgrasweg 41, 70599 Stuttgart, nach Erhalt des 3. Heftes innerhalb von 14 Tagen mit. Andernfalls wünsche ich die regelmäßige Zustellung zum Jahresbezugspreis von € 108,- (inkl. Porto); Ausland € 114,- (inkl. Porto) im Abonnement, Stand 2008.

Name/Vorname

@

E-Mail

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Datum/Unterschrift

Vertrauensgarantie: Dieser Auftrag kann schriftlich innerhalb von 14 Tagen nach Eingang des Bestellcoupons beim Verlag Eugen Ulmer, Wollgrasweg 41, 70599 Stuttgart widerrufen werden. Zur Wahrung der Frist genügt das rechtzeitige Absenden des Widerrufs (Poststempel). Gesetzlicher Vertreter: Matthias Ulmer, Registergericht Stuttgart, HRA 58. Bitte bestätigen Sie uns, dass Sie diesen Hinweis gelesen haben:

Matthias Ulmer

Ihre Unterschrift

Verlag Eugen Ulmer

Wollgrasweg 41 | 70599 Stuttgart
Tel. 0711/4507-121 | Fax 0711/4507-120
www.ulmer.de | www.gruener-markt-online.de