

## Kundengespräch im Trauerfall

# Aufrichtige Anteilnahme

**Das Kundengespräch im Trauerfall erfordert Einfühlungsvermögen und Verständnis für den Trauernden. Wobei es wie bei jedem Beratungs- und Verkaufsgespräch Ihr Ziel ist, geschäftlich erfolgreich und persönlich zufrieden zu sein.**



**Erster Blickkontakt: Sympathie oder Antipathie beeinflussen das Kundengespräch – ganz besonders auch bei einem Trauerfall.**

Text und Bilder: **Rosemarie Wagler**,  
Unternehmensberatung für Floristen und Gärtner,  
D-Waldbüttelbrunn

Ohne Einfühlungsvermögen und Mitgefühl kein Verständnis für den Trauernden! In Lebenssituationen, die Sie selber schon einmal persönlich durchlebt und erfahren haben, können Sie sich gedanklich hineinversetzen. Sie erinnern sich an Ihre persönlichen Gefühle und wissen, was für Sie hilfreich war und Ihnen gut getan hat. Diese Erfahrung alleine reicht aber nicht aus, um professionell mit Tod und Trauer umgehen zu können! Sie brauchen mehr als Ihre persönliche Erfahrung und die Erfahrung von Ihren Kollegen, Familienangehörigen, Freunden und Bekannten. Sie brauchen Gesprächs- und Handlungsstrategien, um mit emotional belasteten Kunden ein für beide Seiten zufrieden stellendes Kundengespräch führen zu können.

### Kontaktaufnahme

Bevor Sie mit Ihrem Kunden ins Gespräch kommen, nehmen Sie mit ihm

und der Kunde mit Ihnen Blickkontakt auf. Dabei finden eine gegenseitige Einschätzung und eine gegenseitige Bewertung statt. Beide, Ihr Kunde und Sie, stellen in Bruchteilen von Sekunden fest, ob Ihr Gegenüber Ihnen sympathisch oder unsympathisch ist. Wer von Berufs wegen Gespräche führt, sollte sich immer wieder bewusst machen, dass Sympathie oder Antipathie das Gespräch mit Ihrem Kunden beeinflussen.

Anhand Ihrer Beobachtungen wie beispielsweise Aussehen und Verhalten und der Rückschlüsse, die Sie daraus ziehen, gestalten Sie das Kundengespräch. Erst jetzt sprechen Sie den Kunden an, beziehungsweise der Kunde spricht Sie an. War Ihre Einschätzung zutreffend, dass es sich um einen Trauerfall handelt, wissen Sie das Kundengespräch situationsentsprechend zu gestalten und zu führen.

Sie brauchen einen Platz, keinen separaten Raum, an dem Sie mit Ihrem Kunden etwas abseits vom Geschäftsalltag ein persönliches Beratungs- und

Verkaufsgespräch führen können. Mit der Art und Weise, wie Sie diesen Platz gestalten, schaffen Sie den äusseren Rahmen für Ihr Kundengespräch. Schaffen Sie eine Wohlfühlatmosphäre für sich und Ihre Kunden. Wählen Sie einen nicht zu grossen Tisch. Drei bis fünf Personen sollten gemeinsam mit Ihnen bequem sitzen können. Achten Sie auf genügend Licht und wählen Sie Raumteiler, die auch Ausblicke ermöglichen. Wählen Sie Ihren Sitzplatz beim Kundengespräch so, dass es Ihnen gut möglich ist, Blickkontakt mit anderen Kunden oder Kollegen aufnehmen zu können. Setzen Sie sich beim Kundengespräch auf die gegenüberliegende Seite Ihres Gesprächspartners. Wenn Sie Ihrem Kunden gegenüber sitzen, können Sie, ohne dass es von Ihrem Gesprächspartner störend empfunden wird, auch Ihr Umfeld im Auge behalten. Sorgen Sie dafür, dass Sie Auftragsformulare, Stifte, Gestaltungs- und Textvorschläge usw. griffbereit in Ihrer Nähe haben. So können Sie sich besser auf das Kundengespräch konzentrieren.



**Emotional aufgewühlten Kunden fällt es oft schwer, sich zu konzentrieren und zu entscheiden. Zeigen Sie ihnen Bilder mit Gestaltungsbeispielen, geben Sie ihnen Materialien in die Hand.**

### Herausfinden des Kundeninteresses

Sie brauchen Einfühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl. Kommunikation mit dem Kunden beim Beratungs- und Verkaufsgespräch beschränkt sich nicht auf das, was sprachlich mitgeteilt wird. Es kommt vielmehr darauf an, wie etwas mitgeteilt wird, auf Ihre Körpersprache, Ihren Tonfall, auf all das, was der Kunde sozusagen «zwischen den Zeilen erfährt».



Zufriedene Kunden garantieren den Geschäftserfolg.

Geben Sie der Kundschaft zunächst die Möglichkeit, über ihren Schicksalsschlag zu sprechen. So haben Sie die Möglichkeit, gefühlsmässig Anteil zu nehmen. Sie können Ihr Mitgefühl zum Ausdruck bringen und trösten. Während des Kundengesprächs sollten Sie immer darauf achten, was der Kunde hört, welche Informationen bei Ihrem Kunden ankommen. Dies ist eine Möglichkeit, die Kommunikation mit Ihren Kunden professionell zu gestalten. So gelingt es Ihnen bei aller Emotionalität auf der Sachebene zu bleiben, auch wenn der Kunde Sie aus Ihrer Sicht missverstanden hat.

Anhand der Wünsche, Vorstellungen und Erwartungen des Kunden, Ihrer Vorschläge und der Preise entwickelt sich der konkrete Auftrag. Verschaffen Sie sich im Laufe des Verkaufsgesprächs einen realistischen Eindruck davon, was der Kunde bereit ist, auszugeben und was er wirklich ausgeben kann. Kunden, die emotional aufgewühlt sind, fällt es immer wieder schwer, sich zu konzentrieren. Zeigen Sie Fotos mit Gestaltungsbeispielen, geben Sie dem Kunden Blumen, Zweige, Bänder und sonstige Materialien, die Sie verwenden wollen, in die Hand. Kunden, die traurig und depressiv sind, fällt es oft schwer sich zu entscheiden. Machen Sie konkrete Vorschläge, nehmen Sie dem Kunden die Qual ab, sich ent-

scheiden zu müssen. Entscheiden Sie für die Kundschaft, wenn diese damit einverstanden ist.

Sie ganz persönlich überzeugen mit Ihrer Fachkompetenz als Florist oder Gärtner, mit Ihrer Sozialkompetenz, Ihren wertschätzenden Umgangsformen und Ihrer Professionalität bei der Gesprächsführung.

### Konkreter Auftrag

Im Verlauf des Beratungsgesprächs haben Sie im Austausch mit Ihrem Kunden herausgefunden, wie beispielsweise der Kranz, das Sarggesteck oder die Schalenbepflanzung aussehen sollen. Sie haben die Schnittblumen, das Bindegrün festgelegt und über den Schleifentext gesprochen, der gedruckt werden soll.

Kommunikation und Gesprächsführung beim Trauerfall ist auch dann, wenn Sie bereits Erfahrungen damit gemacht haben, nicht immer einfach. Es ist eine Gratwanderung zwischen gefühlvoller Anteilnahme und Geschäftsinteresse. Wie anstrengend es ist, mit trauernden Kunden umzugehen, bemerken Sie an Ihrer Erleichterung darüber, dass das Gespräch zu Ende ist. Und an der Freude, die Sie verspüren, wenn es Ihnen letztendlich doch gelungen ist, die Wünsche Ihres Kunden zu konkretisieren und zufrieden zu stellen.

Am Ende des Beratungs- und Verkaufsgesprächs sollten Sie alles Wesentliche und für den Auftrag Wichtige noch einmal auf den Punkt bringen und für beide Seiten verbindlich dokumentieren. Was Sie auf jeden Fall aufschreiben sollten, ist: Kundenadresse, Lieferadresse und Telefonnummer, Liefertermin, der konkrete Auftrag, Absprachen zur floristischen Gestaltung, beispielsweise Blumen, Schnittgrün, Gefässe usw. Auftragsformulare können gleichzeitig als eine Art «Roter Faden» die Gesprächsführung unterstützen. Ein schriftlicher vom Kunden und Ihnen unterschriebener Auftrag ist für Sie die einzige Möglichkeit, im Reklamationsfall mit der erforderlichen Sachlichkeit der Unzufriedenheit und Kritik des Kunden zu begegnen.

Glaubwürdigkeit und Sympathie spielen auch beim Kundengespräch im Trauerfall neben der Qualität der Waren und Dienstleistungen eine entscheidende Rolle. Fach- und Sozialkompetenz alleine reichen nicht aus, um beim Beratungs- und Verkaufsgespräch erfolgreich zu sein. Sie brauchen Gesprächsstrategien und Lösungskompetenz, um Profi beim Kundengespräch zu sein! 🍀

### Trost und Gedenken



*(rp)* Wie vielseitig, sensibel und persönlich Floristik für den Trauerfall gestaltet sein kann, zeigt dieser Sonderband der Zeitschrift «gestalten & verkaufen». Trauer hat viele Gesichter – sie löst Gedanken, Empfindungen und innere Bil-

der aus. Dem Trauernden zuzuhören und seine innere Gefühlswelt in harmonische und individuell stimmige Floristik umzusetzen, ist eine Herausforderung für jeden Floristen, der seinen Kunden im Trauerfall unterstützend zur Seite stehen will. Die dargestellten Beispiele helfen, eine ganz individuelle Brücke zum Kunden zu schlagen. Farben, Formen und Accessoires lassen sich vielseitig und stets so kombinieren, dass immer wieder neue und zum Teil auch ausgefallene Ausdrucksformen entstehen. Alles in allem vermittelt das Buch, wie man dem Verlust eines nahe stehenden Menschen mit floralem Schmuck Ausdruck verleihen kann.

**g&v Spezial: Trost und Gedenken, Trauerfloristik und Grabdekoration. Thalacker Medien, Braunschweig, 2005. 80 Seiten, 180 Fotos, Format A4, broschiert. Preis Fr. 51.60 (exkl. Versandkosten).**

Leserservice Nr. 5054

### Grabmale



*(rp)* Für die Hinterbliebenen ist der individuelle Grabstein ein würdiges Zeichen der Erinnerung an den Verstorbenen – und ein Sinnbild für dessen Individualität. Die

mehr als 400 Beispiele des Buches zeigen Grabmale unterschiedlichster Form und Oberfläche, von der einfachen Stele über von Schrift oder Relief geprägte Grabzeichen bis hin zu Gestaltungen nach biblischen Themen oder Themen aus dem Leben des Verstorbenen. Ergänzend werden auch Urnengräber sowie Grabmale aus Holz und Metall dargestellt. Horst und Margret Wanetschek gelingt es, ein Stück Kultur festzuschreiben und zugleich moderne Strömungen aufzuzeigen. Sie legen ein eindrucksvolles Fachbuch für Steinmetze, Bildhauer und weitere im Bestattungswesen engagierte Berufsgruppen vor, das im Rahmen einer umfassenden Kundenberatung auch dem Friedhofsgärtner wertvolle Dienste leisten kann.

**Horst und Margret Wanetschek: Grabmale – Zeichen der Erinnerung. Callwey Verlag, München, 2005. 144 Seiten, 466 Abbildungen, 42 Zeichnungen, Format 23 x 26 cm, gebunden, mit Schutzumschlag. Preis Fr. 102.– (exkl. Versandkosten).**

Leserservice Nr. 5055