

dds

das magazin für möbel und ausbau 2/2001

Die Furcht des Kunden vor dem Handwerker...

... und wie sie ihm genommen wird. Die Marketingberaterin Umberta Andrea Simonis sieht den Monteur als Dienstleister und Visitenkarte des Unternehmens.

Der Monteur ist der Repräsentant seiner Firma vor Ort beim Kunden - "und mit dessen Auftreten macht sich der Kunde ein Bild vom gesamten Unternehmen." Die 36-jährige Simonis, Chefin der "Simonis Service Agentur" hat sich einen Namen als Expertin in Sachen Kundenbindung und Service im Handwerk gemacht. Sie berät Betriebe in Sachen "Besserer Service" und bietet regelrechte Benimmkurse für Monteure an. "Der Monteur kann den Kunden begeistern - oder ihn vergraulen", so Simonis.

Benimm-Seminare für Monteure

Der erhobenen Zeigefinger ist nicht ihre Sache: Ruhig und sachlich versucht Simonis in ihren Seminaren den Handwerkern ihre Vorstellung von angenehmer und kundenfreundlicher Montage näher zu bringen. Eine gewisse Skepsis bei den Teilnehmern lässt sich nicht verhehlen. Simonis: "Sicher haben sich einige gedacht: Was erzählt die uns da eigentlich? Die hat noch nie einen Boden verlegt, während der Hausherr daneben steht mit starrem Blick auf die Uhr." Aber gerade in dieser Herangehensweise, einen Handwerkerbesuch auch einmal aus der Sicht des Kunden zu analysieren, sieht Simonis ihr Erfolgsrezept. Für den Handwerker ist die Wohnung des Kunden schlicht der Arbeitsplatz. Der Kunde dagegen betrachtet sie als seine Privatsphäre. Und die möchte er nicht verletzt sehen. Rauchen, ungefragtes Essen und Benutzen der Toilette sind nur drei einer Vielzahl von "Lappalien", die beim Kunden ganz schnell ein negatives Bild entstehen lassen. Durch eine entsprechende Kommunikation können viele Missverständnisse vermieden werden. Der perfekte Handwerker erklärt seine Vorgehensweise, hinterlässt einen sauberen Arbeitsplatz und empfiehlt sich mit Visitenkarte und einem freundlichen Gruß. "Wenn der Handwerker weiß, mit welchen Erwartungen und Ängsten er beim Kunden zu rechnen hat, kann er sein Auftreten besser danach ausrichten. Denn im Benehmen und im Erscheinungsbild liegen nach wie vor die größten Defizite", erklärt Simonis ihre Vorgehensweise.

Service lohnt sich - für alle

Mangelndes Selbstbewusstsein und eine zu geringe Identifikation mit der zu erledigenden Arbeit hat Simonis als Anfang aller Kundenprobleme ausgemacht. Abhilfe schafft ein positives Umfeld im Betrieb, das dem Mitarbeiter das Gefühl vermittelt, ernst genommen zu werden: Er sollte sich nicht als Laufbursche oder bloßes Instrument sehen. "Mir ist es wichtig, dass Sie Ihre eigenen Gedanken, Ihre Ideen und Vorschläge in die Arbeit mit einbringen", erklärt Simonis im Seminar ihrem Publikum. Eine wichtige Rolle spielt dabei der Chef eines Handwerksbetriebes. "Behandeln Sie Ihre Mitarbeiter so, wie diese den Kunden behandeln sollen", lautet die goldene Regel. Vorschlag der Augsburgerin an die Betriebsinhaber: Beteiligen Sie Ihre Monteure am Erfolg ihres korrekten und freundlichen Auftretens. Ist der Kunde mit dem gebotenen Service zufrieden, kann er eine "Komplimentkarte" ausfüllen, die ihm bei Arbeitsbeginn zusammen mit einem kleinen Geschenk und einer Servicemappe überreicht wurde. Der Monteur darf sich dann bei seinem Chef eine Extraprämie von z.B. 20 DM abholen.