

Strategien gegen den Zoff

Verärgerte Kunden können Händlern das Leben schwermachen – Tipps und Tricks zur Entschärfung von Krisensituationen – Kundenanliegen ernst nehmen – Grenzen setzen und das eigene Selbstwertgefühl steigern

Mit Füßen getreten, am Boden zerstört, so fühlt sich so mancher Verkäufer, wenn er abends die Ladentür abschließt und nach Hause geht. Und so ging es wohl auch kürzlich einem Verkäufer in einem Handy-Shop am Münchner Hauptbahnhof: Der Laden war voll, viele Kunden kamen, um sich über eine vermeintlich falsche Rechnung oder ein defektes Handy zu beschweren, die Schlange wurde und wurde einfach nicht kürzer. Dazu war es noch heiß, laut und stickig im Laden. Als sich dann ein Kunde auch noch im Ton vergriff, platzte dem Verkäufer der Kragen: Mit lauter Stimme, in der die Verärgerung nicht zu überhören war, wies er den unflätigen Kunden zurecht – und wurde dabei selbst unverachtet. „Verkaufen ist ein knallharter Job“, sagt Tanja Hartwig, Inhaberin des Unternehmens Effektive Kundenberatung in Köln, das sich auf Training und Coaching spezialisiert hat. „In Extremsituationen ist es manchmal unglaublich schwierig, die Contenance zu wahren“, räumt Hartwig ein. Dennoch: Der Verkäufer hat sich in der eingangs beschriebenen Situation falsch verhalten – denn wer schreit, ist nicht nur im Unrecht, wie schon das alte Sprichwort sagt. „Er verliert auch den Kunden – und das dauerhaft“, warnt Hartwig.

„Sobald uns ein Mensch gegenübersteht, der uns mit offener Aggressivität begegnet, fühlen wir uns in der Regel – ob bewusst oder unbewusst – bedroht“, erläutert Peter Groß, Trainer und Inhaber des Beratungsunternehmens Market Advice in Saarbrücken, die Situation aus psychologischer Sicht. „Wie jedes Säugetier reagiert auch der Mensch mit einem Programm, das sich in Bedrohungssituationen bestens bewährt hat“, so Groß weiter. Mit Flucht, Totstellen oder aber dem Gegenangriff. „So gut dieses



An manchen Tagen machen verärgerte Kunden den Händlern das Leben zur Hölle

Programm in der Natur funktioniert, so ungeeignet ist es im Kundenkontakt“, betont er. Dabei sei es gleichgültig, ob dieser Kontakt am PoS oder am Telefon stattfindet. Im Kundenkontakt gilt es, die Konfliktsituation souverän und schnell zu entschärfen – Stichwort: Deeskalation. „Der Verkäufer muss dafür sorgen, dass der Kunde zufrieden ist“, resümiert Groß. Leicht gesagt, aber wie getan?

Der Umgang mit aggressiven Kunden

„In Konfliktsituationen ist es entscheidend, das entgegengebrachte Verhalten nicht zu erwidern“, gibt Groß Verkäufern als ersten Ratschlag mit auf den Weg. Ein einfacher psychologischer Trick, denn der Kunde erwartet eigentlich Gegenwehr. Wenn der Verkäufer hingegen ruhig und besonnen reagiert, zeigt er ein „unerwartetes Verhalten“ und nimmt dem Kunden damit den Wind aus den Segeln. Darüber hinaus bringt er ihn dazu, Art, Ursache und Ausmaß der eigenen Aggression zu überprüfen – zumindest unbewusst.

Trainerkollegin Hartwig gibt weitere praktische Tipps: Dem Verkäufer bemerkt, dass ein Kunde bereits verärgert den Laden betritt, sollte er freundlich und offen auf ihn zugehen. Und falls er gerade im Gespräch mit einem anderen Kunden ist, sollte er den Blickkontakt mit dem neuen Kunden suchen, ihn begrüßen und ihm sagen, dass er gleich für ihn da sei. „Freundlichkeit entwapnet“, erläutert Hartwig. Entscheidend sei, dass beim Kunde nicht der Eindruck entstehe, es kümmere sich niemand um ihn.

Im Gespräch mit dem Kunden gibt es wiederum einige kleine, aber sehr wirkungsvolle Tricks, um eine Situation zu entschärfen: Um der Aggression „auszuweichen“, empfiehlt Tanja Hartwig beispielsweise, sich dezent zur Seite zu drehen – damit fließen die Emotionen des auf-

genem Witz zu beschäftigen. Die meisten Trainer raten dabei allerdings zur Vorsicht: „Das kann natürlich zur Entspannung der Situation beitragen – allerdings ist hier ein absolut souveräner Umgang gefordert, und natürlich sind Beleidigungen, Verharmlosungen und Späße



„Der Kunde hat kein Recht, das Selbstwertgefühl des Verkäufers zu verletzen“

Peter Groß, Market Advice, Saarbrücken

gebrachten Kunden um den Verkäufer und treffen ihn nicht frontal. Generell gilt es, auf die Körpersprache zu achten; die Arme zu verschränken ist beispielsweise tabu.

Auch hat es sich bewährt, dem Kunden ein Getränk anzubieten, mit ihm in eine ruhige Ecke des Ladens zu gehen und dort mit ihm zu sprechen – auch damit andere Kunden davon nichts mitbekommen. „Die Bewegung hilft, die Situation zu entspannen“, erklärt die Trainerin. Dabei kann der Verkäufer auch die Gelegenheit nutzen, einmal tief durchzuatmen und sich ebenfalls zu entspannen. Eine weitere Faustregel: „Der Verkäufer sollte dem Kunden vermitteln, dass er seinen Ärger zur Kenntnis genommen hat“, rät die Kölnerin. Dies kann er zum Beispiel mit dem Spruch: „Ich sehe, Sie sind verärgert.“

Wer devot ist, hat verloren

Allerdings kommt es hier auf den Tonfall und auch die richtige Einstellung an. Wichtig ist gerade in Krisensituationen, ruhig und gelas-

sen zu bleiben – und dabei nicht das Heft aus der Hand zu geben. „Verkäufer, die allzu devot reagieren, kommen beim Kunden nicht an“, warnt Hartwig. Der Kunde glaube dann, die Situation ausnutzen zu können – dies gelte vor allem im Telefonverkauf, aber auch am PoS. Besser sei es, ruhig und entschieden die Situation zu meistern.

Manche Verkäufer setzen auch auf Humor als Deeskalationsstrategie: Sie versuchen einen verärgerten Kunden mit schlagfertigen Bemerkungen oder einem Witz zu beschäftigen.

Die meisten Trainer raten dabei allerdings zur Vorsicht: „Das kann natürlich zur Entspannung der Situation beitragen – allerdings ist hier ein absolut souveräner Umgang gefordert, und natürlich sind Beleidigungen, Verharmlosungen und Späße

re.“ Alternativ und deutlich kürzer kann er auch mit den Worten „Ich möchte Sie bitten, nicht in diesem Ton mit mir zu reden“ seine Grenzen deutlich machen. Entscheidend dabei ist die Ich-Botschaft. „Diese hat zusätzlich auch eine dämpfende Wirkung“, führt Groß aus. „Der Gesprächspartner hat sein Ziel erreicht, er braucht nicht länger aggressiv zu sein.“ Außerdem komme noch eine moralische Komponente mit ins Spiel, denn wenn der Kunde jetzt weiter aggressiv ist, dann verlässt er das „Fair Play“ und disqualifiziert sich eigentlich selbst.

„Menschen haben unterschiedliche Schmerzgrenzen“, erklärt Tanja Hartwig. Es gebe Verkäufer, die größtenteils resistent gegenüber Aggressionen seien, andere wiederum reagierten empfindlicher und wären schneller verletzt. Vor allem für diese sei es sehr wichtig, in Konfliktsituationen durchzugreifen, denn diese Erfahrung steigere auch das Selbstwertgefühl des Verkäufers.

Wenn alle Stricke reißen, rät Hartwig zu drastischen Schritten: „Wenn ein Verkäufer bemerkt, dass er die Situation nicht kontrollieren kann, sollte er auf jeden Fall das Gespräch beenden.“ Dies kann er beispielsweise in Verbindung mit einem neuen Termin tun: „Ich sehe, dass wir jetzt nicht weiterkommen, können wir vielleicht an einem anderen Tag noch einmal darüber sprechen, dann kann ich auch noch einmal das Problem recherchieren?“ Wichtig ist dabei, den Kunden spüren zu lassen, dass man sich seines Problems annimmt – und ihm gleichzeitig zu signalisieren, dass eine Grenze überschritten ist. „Oft hilft es aber auch, einen Kollegen oder einen Vorgesetzten hinzuzuziehen, um das Problem gemeinsam zu lösen“, weiß Hartwig. Auch dies kann helfen, eine Krise im Kundengespräch zu meistern. ■

Waltraud Ritzer

DEESKALATION

Tipps und Tricks, wie Händler verärgerte Kunden am PoS beruhigen können.

- Auch in Krisensituationen sollten Händler freundlich, offen und selbstbewusst auf die Kunden zugehen.
- Reseller sollten sich bemühen, die Vorwürfe der Kunden niemals persönlich zu nehmen.
- Grenzen setzen: Wer sich alles gefallen lässt, wird nicht ernst genommen.
- Falls alle Stricke reißen: Einen Termin für ein neues Gespräch vereinbaren.

KLARTEXT

Stress macht krank. Und wer sich täglich am PoS über seine Kunden ärgert, wird am Ende des Tages ausgebrannt den Job hinwerfen. Deshalb ist es wichtig, Konflikte am PoS möglichst sachlich zu meistern, am besten noch, den Ärger gar nicht erst an sich heranzulassen. Allerdings ist die Schmerzgrenze bei jedem Menschen unterschiedlich, und manche Kunden sind echte Ekelpakete. Da hilft oftmals nur, tief durchatmen – und vielleicht der ein oder andere Trick zur Deeskalation. **wr**