

Setzen Sie Ihren Kunden die richtige Brille auf

Zehn Schritte zum Aufbau einer vertrauensvollen Geschäftsbeziehung

1. Analysieren Sie Ihre Leistung exakt

Überlegen Sie genau, was Sie tun und wem Sie damit welchen Nutzen bieten. Verdichten Sie Ihre Überlegungen so weit, dass Sie mit wenigen Sätzen sagen können, wer Sie sind und was Sie tun. Warum sollte Ihr Kunde ausgerechnet Sie bevorzugen? Stehen Sie persönlich für Ihre Leistung ein.

2. Sorgen Sie dafür, dass Sie gut aussehen

Da Dienstleistung immaterieller Natur und schwer darstellbar ist, versucht Ihr Kunde aus Ersatzkriterien auf die Qualität Ihrer Leistung zu schließen. Dazu gehören beispielsweise Ihre Visitenkarte, Ihr Äußeres, Ihr schriftliches Angebot. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Erscheinungsbild eindeutig für Sie spricht, denn Sie geben dem anderen die Brille, durch die er Sie betrachtet.

3. Hören Sie genau zu

Sammeln Sie so viele Informationen wie möglich, um den tatsächlichen Bedarf Ihres Kunden zu erkennen. Oft ist ihnen, als Fachmann, dieser Bedarf bewusster als dem Kunden selbst. Es wirkt sehr überzeugend wenn SIE es sind, der die Lücke im Kopf des Kunden schließt. Zeigen Sie, dass Sie bereit sind, mitzudenken und Verantwortung zu übernehmen.

4. Sprechen Sie so, dass Sie verstanden werden

Vermeiden Sie unnötige Fremdwörter und Fachausdrücke und sprechen Sie so, dass Ihr Kunde Sie versteht. Beschreiben Sie Ihre Leistung und vor allem den daraus resultierenden Nutzen mit klaren, kraftvollen Worten. Ersetzen Sie allgemeine Floskeln wie „Qualität“ „kompetenter Partner“ durch konkrete Leistungsversprechen.

5. Klären Sie Erwartungen und Verantwortungen

Stellen Sie unmissverständlich dar, was Sie leisten können – und was außerhalb Ihrer Möglichkeiten liegt. Erklären Sie auch, welche Informationen oder Leistungen vom Kunden selbst erbracht werden müssen, um gemeinsam zum gewünschten Ergebnis zu gelangen.

6. Dokumentieren Sie den Nutzen Ihrer Leistung

Setzen Sie das Ergebnis Ihrer Arbeit in Szene. Machen Sie den Nutzen messbar oder fühlbar. Überzeugen Sie mit Referenzschreiben. Zeigen Sie Ihrem Interessenten, wie Sie vergleichbare Aufgaben in der Vergangenheit erfolgreich gelöst haben und welcher Nutzen für Ihren Auftraggeber daraus entstand.

7. Ohne Preis kein Fleiß

Achten Sie bei Preisverhandlungen darauf, dass der Preis immer in der Relation zum Nutzen (statt zum Aufwand) gesehen wird. Wenn Ihrem Interessenten der Preis zu hoch ist, überlegen Sie, wie Sie ihn durch attraktive Zusatzleistungen oder erleichternde Zahlungsbedingungen überzeugen können. Vermeiden Sie preisliche Zugeständnisse, die Sie später bereuen. Überlegen Sie gemeinsam mit Ihrem Kunden, ob man die angebotene Leistung in Teilschritte aufgliedern kann oder ob es alternative Lösungen gibt.

8. Ihr Kunde hat ein Recht darauf, Nutzen und Preis zu verstehen

Ihr Kunde beauftragt Sie, weil er Ihre Hilfe als Fachmann benötigt. Oft kann er, als Laie, den Aufwand Ihrer Leistung kaum abschätzen. Statt diese Unkenntnis als Geringschätzung zu interpretieren, erklären Sie ihm anschaulich wie der Preis zustande kommt. Bedenken Sie dabei, dass Ihr Kunde weniger an Ihrer Arbeit, als an der Lösung seiner Situation interessiert ist.

9. Geben Sie Ihrem Kunden das Gefühl, sich richtig entschieden zu haben

Fragen Sie nach seiner Zufriedenheit und sorgen Sie dafür, dass er sich in guten Händen fühlt. Ein freundlicher Anruf nach Abschluss des Auftrags nimmt eventuelle Beanstandungen vorweg und zeigt Ihrem Kunden, dass Sie über die Rechnungsstellung hinaus an ihm interessiert sind.

10. Bleiben Sie dran

Überlegen Sie, wie Sie Ihre Attraktivität weiter steigern können. Bitten Sie um Anregungen und arbeiten Sie permanent an der Verbesserung Ihrer Leistung und Ihrer Wirkung. Sie wissen ja: Wer aufhört besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein.

