

Kundenberatung mit Mehrwert

Kann man Kundenberatung zum Wettbewerbsvorteil ausbauen? Diese Frage stellt sich umso mehr, je vergleichbarer die Produkte sind und je mehr man den Preiswettbewerb vermeiden will. Was kann man tun, wenn man über fachkundige

und freundliche Kundenberatung hinausgehen will und erreichen will, dass bestehende Kunden mit neuem Geschäft und mit potentiellen neuen Kunden wieder kommen?

Kundenberatung ohne Mehrwert

In der Realität sind die Ziele der Kundenberater oft wichtiger als die der Kunden. Für den Kundenberater reichen dann ein paar Angaben des Kunden aus, um das passende Produkt zu verkaufen. Viele Kunden spüren den Verkaufsdruck des Kundenberaters und reagieren zurückhaltend mit der Preisgabe von Informationen. Wen wundert es, wenn die Kunden in diesen Fall nach dem Kauf Zweifel daran haben, ob sie gerade richtig entschieden haben. Manche Kunden finden kurze Zeit nach dem Kaufabschluss heraus, dass sie weitere Anforderungen hatten, die von dem gekauften Produkt aber nicht erfüllt werden.

Was fehlt?

Das geschieht umso häufiger, je mehr die Kundenberater nur in der Anwendung von Verkaufstechniken geschult sind. Sie sehen sich dann entweder als Experten für das Anliegen des Kunden und stellen sich so über die Bedürfnisse des Kunden oder sie versuchen, dem Kunden alles recht zu machen und stellen so die Bedürfnisse des Kunden über alles. So gelangen sie niemals auf Augenhöhe mit den Kunden. Augenhöhe ist jedoch der Türöffner für Kundenberatung mit Mehrwert. Sobald die Kundenberater darauf aufmerksam gemacht werden, auf Augenhöhe zu achten, haben sie eine neue Verhaltensalternative gewonnen. Damit schaffen sie die Voraussetzung, ihre Verantwortung und die des Kunden für ein optimales Beratungsergebnis klarer zu sehen und anzusprechen.

Die Grundlage für Beratung mit Mehrwert: Verantwortung

Bei einem klaren Verständnis von Verantwortung in der Kundenberatung sind die Kunden für ihre Kaufentscheidung und für die Erreichung ihrer Ziele verantwortlich, die sie mit dem Kauf verbinden. Auf der anderen Seite sind die Kundenberater dafür verantwortlich, den Kunden Klarheit zu verschaffen, was diese wollen und die Kunden neutral in der Entscheidungsfindung zu beraten. Damit die Kundenberater diese Verantwortung wahrnehmen können, sind die Kunden verantwortlich, den Kundenberatern alle dafür erforderlichen Informationen zu geben.

Vor allem bei zögernden Kunden kann es erforderlich sein, dass der Kundenberater den Kunden darauf aufmerksam macht, dass er nur dann professionell beraten werden kann, wenn der Kunde die dazu nötigen Informationen preisgibt. Jede Klärung von Verantwortung ist ein starkes Signal für eine verantwortungsvolle Kooperation von Kunde und Kundenberater.

Die Elemente von Kundenberatung mit Mehrwert

Auf der Basis klarer Verantwortung können die Kundenberater über eine fachkundige und freundliche Kundenberatung hinausgehen und Elemente in ihre Beratung einfügen, die der Kunde als echten Mehrwert wahrnehmen wird. Zu diesen Elementen zählen: (1) Konkretisierung und Quantifizierung der Ziele des Kunden: Was genau will der Kunde? (2) Zusammenfassungen während des Gesprächs: Hat der Kundenberater den Kun-

den richtig verstanden? (3) Neutrale Entscheidungsberatung: Ist dem Kunden klar, was seine Entscheidungskriterien sind und mit welcher Gewichtung er entscheidet? (4) Umsetzungsberatung: Sind die Überlegungen des Kunden zur Umsetzung der Kaufentscheidung machbar und realistisch?

Mehrwert für den Kunden

Je besser der Kundenberater die Anwendung der oben genannten vier Elemente beherrscht, umso stärker ist der Eindruck beim Kunden, dass er eine Beratung mit echtem Mehrwert erhalten hat. Der Kunde wird dann folgende Eindrücke haben: Der Kundenberater hat mich und was mir wichtig ist, hundertprozentig verstanden. Während des Beratungsgesprächs sind neue, für mich wichtige Aspekte aufgetaucht, die mir vorher nicht klar waren. Es wäre auch möglich gewesen, dass der Kauf jetzt keinen Sinn macht. Ich bin mir sicher, die richtige Entscheidung aus eigener Überzeugung getroffen zu haben. Ich freue mich auf die Umsetzung. Ich habe auch schon eine Idee, was ich nach der Umsetzung als nächstes angehen möchte.

Die unausweichlichen Folgen

Bei Kundenberatung mit Mehrwert geht es nicht nur um zufriedene oder begeisterte Kunden, sondern um eine verantwortungsvolle, respektvolle Kundenbeziehung. Das motiviert die Kunden mit neuen geschäftlichen Ideen wieder zu kommen und in der Familie, bei Freunden und Bekannten von ihren positiven Erfahrungen zu berichten. Dies ist das effektivste und kostengünstigste Marketing, das man sich wünschen kann.