

Beziehungen gestalten

Um das Spektrum erfolgreicher Salon-Kommunikation geht es in dieser TOP HAIR-Serie von Bernd Rütter, Top Salon-Preisträger 1999. Hier: Das Persönlichkeitstraining mit Strategie

Bernd Rütter, Münster



Ein Meister im Kommunizieren zu sein, heißt viele Facetten zu beherrschen. Unser erstes Thema hier: die Kundenbeziehung als solche. Das nächste Kapitel befasst sich mit der richtigen Wahrnehmung. Wer Körpersignale versteht, kann den Dialog durch Gesprächsstrategie und aktives Zuhören steuern. Alle Fähigkeiten zusammen runden die Führungsstrategie des bunten, »verzahnten« Kreises ab, der unsere Serie begleitet. Weg von der Selbstverwirklichung heißt eine der wichtigsten Forderungen. »Der Köder muss dem Fisch schmecken

und nicht dem Angler«. Das weiß zwar jeder, aber wie oft werden Frisuren, Dienstleistungen erarbeitet, die in erster Linie dem Friseur gefallen? Oft steht also die Selbstverwirklichung im Vordergrund. Raus aus dieser Ecke! Wer richtig »füttert«, hat es leichter. Denn er weiß über die Vorgänge beim Aufbau einer Beziehung Bescheid. Er erreicht das Ziel »Kundenwunsch erfüllt und durch positive Überraschungen übertroffen«. Das Gefühl des Erfolgs bestätigt den richtigen Weg. Fangen wir an. Die Kundenebene ist unsere Plattform.



Praxistipps Folge 1: Kundenbeziehung

Aufbau einer Kundenbeziehung

Die Eindrücke der ersten vier Sekunden entscheiden über Sympathie oder Antipathie. Dies ist der Wahrnehmungsvorgang in Verbindung mit den allerersten Körpersignalen, der Einstieg in die Kontaktpphase unserer Beziehung. Also wichtig: eine freundliche Grundeinstellung und der lächelnde Blickkontakt. Durch die namentliche Ansprache rückt man näher an die Persönlichkeit heran. Dabei auf den Tonfall achten. »(Zu)Neigung« baut Gleichheit auf. Gebärden spiegelnd übernehmen, eventuell verbal unterstützen. Ein weiterer positiver Impuls: ein glaubwürdiges Kompliment. Gesprächsharmonie entsteht

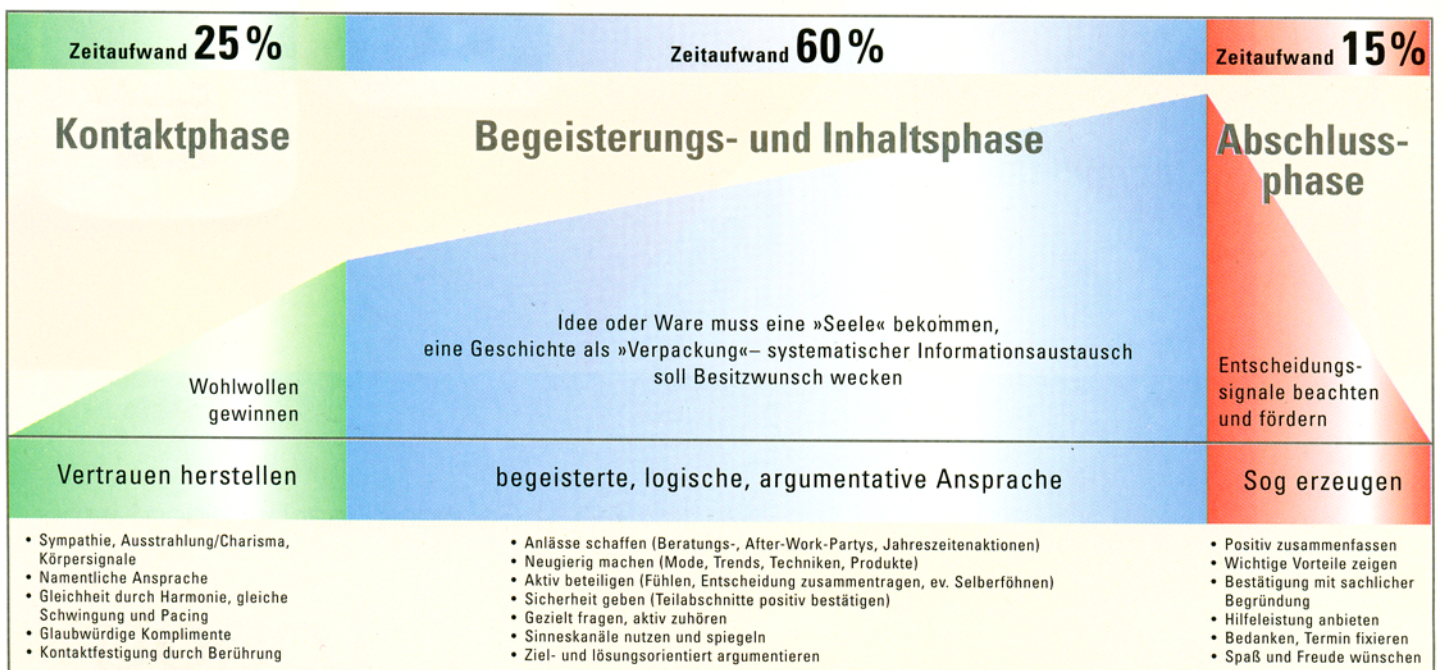




Photo: Tony Stone

Bernd Rüter

hat sich als Kommunikations-Trainer und Referent u. a. für Goldwell einen Namen gemacht

Verhaltenstipps:

- Helfen Sie dem Kunden, sich möglichst schnell wohlfühlen
- Zeigen Sie Freude und Interesse darüber, dass der Kunde da ist
- Konzentrieren Sie sich voll auf den Kunden, Ablenkungen, wie Telefon oder Kollegen, vermeiden
- Vertrauen Sie auf die eigene Begeisterungsfähigkeit
- Sprechen Sie optimistisch konstruktiv
- Beobachten Sie die Reaktionen des Kunden. Wenig reden, aktiv und aufmerksam zuhören
- Dem Kunden Zeit lassen!
- Zeigen Sie ein großzügiges, tolerantes Verhalten
- Lösen Sie Aha-Impulse aus und vermitteln Sie ein positives Gefühl
- Im Gesprächszyklus den roten Faden im Auge behalten

Beziehungsstörungen

- Lärm und falsche Musik im Salon, laute Unterhaltung der Kollegen
- Unangenehme Gerüche, schlechte Luft, auch aus der Chemie-Ecke
- Hektik im gesamten Salon
- Streit und Spannungen innerhalb des Teams
- fehlende Herzlichkeit
- nicht zuzuhören
- fehlende Gesprächszyklenführung
- Unklarheit in der Formulierung
- Unpassende Sprechgeschwindigkeit
- keine gepflegte Erscheinung
- Klatsch, Verurteilung anderer und Wertung

Wichtig: Wenn die Beziehungsebene getrübt ist, wird derjenige, der diese »Trübung« empfindet, mehr auf den Tonfall als auf den verbalen Inhalt einer Nachricht achten.

so ganz von selbst. Durch leichte körperliche Berührung, fast unmerkbar, lassen sich Sympathie-Gefühle verankern. Der Kontakt ist gefestigt, Wohlwollen und Vertrauen sollten jetzt aufgebaut sein.

Die perfekte »Bedienung«

Der gesamte Bedienungsablauf von der Beratung bis zum Finish sollte im Zeichen ständiger Begeisterungsimpulse stehen. Stellen Sie den Vorteil bzw. Nutzen der Dienstleistung oder des Produkts mit viel informativer Sachkenntnis heraus – immer die individuellen Bedürfnisse des Kunden im Blick. Die Reaktion des Kunden kommt prompt. Seine Argumente sind Hinweise für das weitere Vorgehen. Diese Impulse gilt es zu erkennen, zu fokussieren, zu bestätigen und fest zu verankern. Der Kunde überzeugt sich somit selbst. Der Selbstbegeisterungs-Sog ist entfacht.

Abschlussphase Dienstleistung

Erkennen Sie den richtigen Zeitpunkt der Fertigstellung einer Frisur! Die persönliche Ausstrahlung und Begeisterung über die geleistete Arbeit geben Sicherheit, die eigene Überzeugung auch dem Kunden zu vermitteln. Dabei hilft es – positiv zusammenfassend – die wichtigsten Vorteile der Frisur herauszustellen und Variationsmöglichkeiten zu erläutern. Holen Sie sich durch gezielte Fragen die Bestätigung Ihrer Aussagen. Fordern Sie den Kunden zum Handeln auf, zum Beispiel durch eigenes Fingerstyling. So initiiert er das Endprodukt bzw. eine Entscheidung mit. Lassen Sie ihn noch einmal bestätigen und das »gute Gefühl« festigen. Sie haben mit einer partnerschaftlichen Verabschiedung einen begeisterten Kunden behandelt. Er kommt wieder und wird Sie weiterempfehlen!

Brigitte Wulff

»Trainieren Sie Begeisterungsimpulse!«