

„Mehr Gefühl in der Kommunikation“

Mit der Tür ins Haus zu fallen, ist nicht die feine Art der Kundenansprache. **Cash•** sprach mit der Firmen- und Verkaufstrainerin **Britta Marbs** von Britta Marbs – Business Training International.

Cash•: Frau Marbs, wie empfinden Sie heute Kundenansprache?

Marbs: Wir leben in einer technisierten Zeit, in der wir unter Druck stehen und funktionieren müssen. Unpersönliche und automatische Ansagen durch das Drücken einer Taste bestimmen unseren Alltag.

Cash•: Welches sind altbewährte Muster, die wiederkehren sollten?

Marbs: Heute finden verstärkt vorgefertigte Gesprächsleitfäden oder Standardtexte in der Ansprache Verwendung. Diese klingen häufig sehr automatisch. Die Rückkehr zu einer kooperativen Sprache mit Gefühl wäre in meinem Sinne. So kann in der Argumentation und Kommunikation mit dem Kunden wieder ein Stück Individualität geschaffen werden.

Cash•: Sie fordern mehr Gefühl bei der Ansprache an den Kunden – wie soll das gehen?

Marbs: Es gibt eine Herzsprache. Mit dieser schafft man ein Stück Authentizität. Das heißt eine Ansprache soll weniger aus dem Kopf kommen, sondern mehr menschenbezogen, vom Herzen her.

Cash•: Wie ist nun Ihrer Meinung nach das weitere Vorgehen?

Marbs: Es muss mehr Schulungen geben, in denen gelehrt wird, wie man sich in andere Menschen hineinversetzt. Der Mitarbeiter muss das Gefühl für den Kunden bekommen und umgekehrt.

Cash•: Und wie sieht das praktisch aus?

Marbs: Es ist gerade im Vertrieb wichtiger, dass man dem Kunden weniger eine Palette von Produkten vorlegt, sondern zuerst den Kunden sieht und nachfragt, wo seine Bedürfnisse sind.

