



Die Macht des ersten Eindrucks

1.00

Im Grunde ist Verkaufen einfach. Menschen kaufen am liebsten dort, wo sie sich wohl fühlen und Vertrauen haben. Eine der wichtigsten Phasen, um dieses Vertrauen herzustellen, sind die ersten zehn Sekunden des Kennenlernens. Denn die erste Begegnung mit einem Fremden löst in uns eine Vielzahl von Reaktionen aus. Blitzschnell und instinktiv ordnen wir unser Gegenüber in uns bekannte Kategorie ein. Wir checken den anderen ab.

- **Wie sieht er aus?**
- **Welche Kleidung trägt er?**
- **Wie ist sein Gesichtsausdruck?**

Nicht alles können wir sofort aufnehmen. Manches sticht uns sofort ins Auge, anderes übersehen wir gänzlich. Aus der Summe der Eindrücke bilden wir uns in Sekunden ein Urteil.

All dies passiert fast ausschließlich in unserem Unterbewusstsein. Und zur gleichen Zeit läuft ein ähnlicher Prozess in unserem Gegenüber ab. Was entscheidet dabei über Sympathie oder Ablehnung? Was macht eine Beziehung erfolgreich, was lässt sie schon in den ersten Augenblicken scheitern?

Nur wenn du verstehst, diesen ersten Eindruck positiv zu gestalten, wirst du die Nase vorn haben. Dabei helfen uns allerdings kaum komplizierte Theorien

menschlichen Verhaltens. Ich stelle in diesem Buch handfeste und praktische Tipps zusammen und erkläre sie auf einfache und leicht nachvollziehbare Weise.

1.01 Wie der erste Eindruck entsteht

Der erste Eindruck entsteht bewusst und unbewusst innerhalb einer Zeitspanne von einer Sekunde bis maximal 10 Sekunden. Nachdem er sich gebildet hat, wird dieser bewusst und unbewusst verstärkt. Ist der erste Eindruck negativ sind alle Antennen des Kunden darauf ausgerichtet, diesen negativen Eindruck zu verstärken. Ist der erste Eindruck positiv, konzentriert sich der Kunde auf die positive Verstärkung seiner Meinung. Hier entscheidet sich also, ob der Kunde uns vertraut.

Der erste Eindruck ist ein Urinstinkt, entstanden in der Zeit, als wir noch von Mammuts und Säbelzähntigern gejagt wurden. Er ist folglich wichtig für das Überleben. Blitzschnell muss entschieden werden, welche Reaktion angemessen ist: Flucht, Angriff oder Vertrauen? Auch wenn wir in Gefahrensituationen schon lange nicht mehr mit Knüppeln aufeinander losgehen, oder blindlings die Flucht ergreifen wie unsere Steinzeitvorfahren, sind unsere Verhaltensmuster geblieben. Die Informationen die wir senden, nimmt unser Gegenüber mit seinen fünf Sinnen wahr: Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Fühlen.

1.02 Wodurch bildet sich der erste Eindruck in den ersten 10 Sekunden



60 % Aussehen

- Mimik
- Blickkontakt
- Körperhaltung
- Gestik - Dialekt
- Kleidung



33 % Stimme

- Klang
- Lautstärke
- Sprechgeschwindigkeit



7 % Worte

- Begrüßungsworte

Die Wahrnehmungen werden durch vergangene Erfahrungen, Erinnerungen, Erlebnisse sowie Ängste gefiltert und blitzschnell zu einem ersten Gesamteindruck verschmolzen. Aus diesem Eindruck resultieren Vorurteile und als Ergebnis Vertrauen oder Misstrauen.

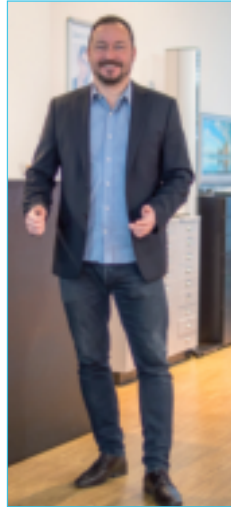
Da sich der erste Eindruck aus vielen Teileindrücken zusammensetzt, überlegen wir im nächsten Schritt was du machen musst, um deinen Kunden den Kontakt mit dir als angenehm und vertrauensvoll erleben zu lassen.

Merke: Für einen ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.

1.03 Was ist dein Ziel in den ersten Sekunden des Kundenkontakts

Du weißt jetzt, dass der erste Kontakt, den du mit deinem Kunden hast, das Fundament für Vertrauen und damit die Grundlage für einen positiven Gesprächsablauf bilden kann. Folglich sollte dein oberstes Ziel sein, einen positiven Eindruck zu erreichen. Denn falls dein Kunde den Kontakt mit dir als unangenehm empfindet, wird er deine Fragen nur unvollständig beantworten. Er wird sich gegen deine Argumente sperren und sich an seine Einwände und Bedenken klammern.

1.04 Was du bei deiner Körperhaltung beachten solltest



In vielen Seminaren, die ich zu diesem Thema gehalten habe, entscheiden immer wieder die gleichen Kriterien darüber, ob die Teilnehmer eine Körperhaltung als freundlich und positiv beurteilen:

- Nase-Nabel-Kontakt: Nase und Bauchnabel sind dem Gegenüber zugewandt
- Stabiler Stand: Beine schulterbreit, leichte Schrittstellung, Gewicht auf beiden Füßen gleichmäßig verteilt
- Freundlicher Blickkontakt
- Offene Arme: der Bauch sollte zu sehen sein
- Lockere Ellenbogen: lasse die Arme locker neben dem Körper hängen
- Entspannte Schultern

Empfehlung für die ersten Sekunden des Kennenlernens

- Wenn dein Kunde das Geschäft betritt, gehe ihm mit einem freundlichen Gesichtsausdruck entgegen.

- Bleibe in doppelter Armlängentfernung stehen und lasse die Arme locker neben dem Körper hängen.
- Dann begrüße ihn mit der Tageszeit, z.B. „*Guten Tag*“.
- Wenn das Gespräch im Fluss ist, gestikuliere wie gewohnt, denn der erste Eindruck steht nun schon fest.

1.05 Was du bei deiner Gestik beachten solltest



Für die Wirkung deiner Gesten ist entscheidend, in welcher Höhe sich die Hände befinden. Alle Gesten, die sich unterhalb der Taille abspielen, werden tendenziell als negative Aussagen gewertet. Gesten in Höhe der Taille werden als neutral, Gesten oberhalb der Taille als positiv gewertet.

Darüber hinaus ist die Sichtbarkeit der Hände ein wichtiges Kriterium. Versteckte Hände – in den Hosentaschen oder hinter dem Rücken – werden grundsätzlich als negativ empfunden.

Wenn du während des Verkaufsgesprächs Produkte zeigst, solltest du Gesten unterstützend einsetzen. Willst du deinem Kunden ein Brillenmodell präsentieren, halte es oberhalb der Hüfte, fast schon auf Schulterhöhe. Und zeige es so lange, wie du etwas

Erläuterndes dazu sagst. Mit der anderen Hand kannst du auf Details hinweisen.

1.06 Was du bei deinem Outfit beachten solltest

Entspricht dein Äußeres, also deine (Ver-)Kleidung, nicht den Erwartungen deines Kunden, musst du höheren Aufwand betreiben, um deine Kompetenz unter Beweis zu stellen.

Passt dein Outfit zum Image des Ladens und zur Zielgruppe?

Welchen Tipp würdest du einem neuen Kollegen geben, der dich fragt: *„Wie soll ich mich am besten kleiden, um der Erwartungshaltung der Kunden zu entsprechen?“*

Hier gilt die Grundregel: Passe dich dem Kleidungsstil deiner anspruchsvolleren Kunden an.

Die wichtigsten Tipps zum Outfit

Tipp 1: Gepflegt

Lege höchsten Wert auf ein gepflegtes Äußeres. Oft sind es Kleinigkeiten, die einen positiven Eindruck zerstören. Dies kann ein unangenehmer Körpergeruch sein, wie von Nikotin, Alkohol, Schweiß und Mundgeruch nach dem Essen. Du kommst deinen Kunden sehr nah. Zahnpflege nach dem Essen oder Rauchen, ein gutes Deodorant und gepflegte Hände und Fingernägel sind deshalb ein Muss.

Tipp 2: Modisch in Maßen

Weder eine knapp sitzende Jeans, aus der der Tanga kriecht, noch ein schlabbriger Pullover machen dich

zu einem seriösen Optiker. Genauso verhält es sich mit kurzen Hosen. Frauen sollten auf die Länge des Rocks (nicht kürzer als eine Handbreit über dem Knie) und die Tiefe des Dekolletees achten.

Tipp 3: Schuhe

Deine Schuhe sind ausschlaggebend für den Gesamteindruck. Billigschuhe mit Plastiksohlen zerstören dein gutes Erscheinungsbild mit einem Schlag. Trage gut geputzte Schuhe mit geraden Absätzen.

Tipp 4: Schmuck & Parfum

Hier ist weniger oft mehr. Wenige, gut ausgewählte Schmuckstücke sind passender als zu viele. Zu viel Parfum schadet mehr, als das es nutzt. Denn gerade der Duft ist einer der stärksten ersten Eindrücke, die der Kunde wahrnimmt.

Tipp 5: Der gute Sitz der Kleidung

Achte darauf, dass deine Kleidung passt. Ein Hemd, das über Brust oder Bauch spannt und der Knopf dem Sprengen gefährlich nah ist, wirkt unvorteilhaft.

1.07 Wie du einen souveränen und angenehmen Blickkontakt hältst



Augenkontakt heißt so, weil er Kontakt herstellt. In der Beratung ist es wichtig, Augenkontakt zu halten, um Interesse zu zeigen und um die Reaktionen deines Kunden verfolgen zu können. Wenn wir längere Zeit Augenkontakt halten, besteht die Gefahr, dass er als aufdringliches Anstarren empfunden wird. Um einen offenen und freundlichen Augenkontakt zu halten, hat es sich bewährt, dem anderen immer in ein Auge zu schauen und dann nach kurzer Zeit ins andere Auge. Dies sollte im angemessenen Wechsel geschehen. Ein fester und höflicher Blickkontakt zeigt deinem Gegenüber, dass du eine starke und glaubwürdige Persönlichkeit bist.

Deshalb sagt ein chinesisches Sprichwort:
„Der Blick ist das zweite Rückgrat.“

Tatsächlich ist der Blick, die wichtigste Möglichkeit ohne körperliche Berührung Kontakt zu anderen Menschen aufzunehmen. Und umgekehrt ist es die größtmögliche Beleidigung, einen Menschen zu übersehen, also ihn zu ignorieren. Einen Menschen nicht anzuschauen sagt: „Du bist Luft für mich.“ Deshalb ist es wichtig, dass du als Augenoptiker deine Kunden anblickst. Nur dann fühlen sie sich richtig wahrgenommen. Ein freundlicher offener Blick stimmt den Zuhörer positiv. Wer den anderen „keines Blickes würdigt“ wird als arrogant und überheblich eingeschätzt. Um Menschen von unseren Argumenten zu überzeugen, müssen wir ihnen durch einen offenen Blick Zugang zu unserer Seele verschaffen.

1.08 Wie du deine Mimik positiv beeinflussen kannst



Unsere Mimik ist ein Spiegel unserer Gefühle. Sie zeigt und sorgt für Sympathie und Abneigung. Wenn es dir gut geht, wird es dir leichtfallen, den Kunden offen und freundlich anzuschauen. Was aber machst du, wenn es dir nicht gut geht und du gleich zum Geschäft oder ins Kundengespräch musst? Mir hilft in solchen Situationen eine einfache und hochwirksame Technik:

Wenn du durch Lachen, auch unechtes, 30 Sekunden deine Mundwinkel in Kombination mit deinen Augenbrauen hochziehst, löst dies eine Kettenreaktion in deinem Körper aus. Geht der Mundwinkel hoch, drückt ein Muskel in jeder Wange auf einen Nerv (Zygomaticus Major). Das signalisiert dem Gehirn „deinem Besitzer geht es gut“. Es schüttet sofort Glücks-Hormone aus, welche die Aggressions-Hormone „auffressen“.

Diese Übung klappt wunderbar morgens unter der Dusche oder im Auto auf dem Weg zur Arbeit. Wenn du stocksauer bist und jemand dich zum Lachen bringt, dann würdest du in wenigen Sekunden den ganzen Stress aus dem Körper lachen. Ein Lächeln wirkt tatsächlich Wunder. Und das Erstaunliche dabei ist, dass unsere Mimik nicht nur andere, sondern auch uns selbst beeinflusst. So mussten Versuchspersonen mimisch ein Lachen produzieren, indem Sie sich einen Bleistift zwischen die Zähne steckten. Danach fanden Sie die vorgelegten Comics viel komischer als andere, die den Stift nur mit den Lippen halten durften, also dabei eine ernste Miene machten. Wer viel lacht, hat sowohl eine positive Ausstrahlung auf seine Umgebung, als auch die Chance, selbst fröhlicher zu sein als jemand der mit ernstem Gesicht durch die Gegend schleicht.

Wenn du lachst, lacht die Welt mit dir, wenn du weinst, weinst du allein.

Voraussetzung für die positive Wirkung eines Lächelns ist, dass es echt wirkt. Ein echtes Lächeln ist meist von hochgezogenen Wangen, kleinen Hautverdickungen und Fältchen unter den Augen, sowie durch ein Heben der Augenbrauen begleitet.

Beim vorgetäuschten Lächeln sind die Muskeln rund um die Augen nicht aktiv.

1.09 Wie deine Stimme angenehm klingt

Deine Atmung und deine Stimme gehören immer zusammen und haben etwas Besonderes gemeinsam: Beide können bewusst beeinflusst werden. Je tiefer und dunkler eine Stimme klingt, umso vertrauenserweckender wird sie empfunden. Wenn dir deine Nerven einen Streich spielen, wird die Atmung flach, schnell und ist im Brustraum konzentriert. Diese Art zu atmen ist anstrengend, zwingt deine Atmung beim Reden nach Luft zu schnappen und macht deine Stimme schriller und höher. Wenn du ruhig und ausgeglichen bist, ist deine Atmung ruhig, tief und im Bauchraum konzentriert. Achte auf eine tiefe und ruhige Bauchatmung. Atme durch die Nase ein, das wärmt die Luft an. Atme ein und warte bis du ausatmest, um mit dem Sprechen zu beginnen. Dadurch wird sich deine Stimme tiefer und kontrollierter anhören. Diese Technik ist auch hilfreich, wenn man dir eine Frage stellt. Wenn du erst einatmest und beim Ausatmen sprichst, wirst du selbstbewusster und selbstsicherer klingen.

1.10 Welche Körperdistanz zu deinem Kunden ist optimal



Jeder trägt eine unsichtbare Schutzhülle mit sich herum. Die Größe dieser Zone wechselt je nach Situation und Vertrautheit. Wenn du diese Schutzhülle bei deinem Kunden missachtest, also dem Kunden zu nah kommst, dann weckst du das „Hormonmonster“ (Adrenalinausstöße) und provoziert eine Abwehrreaktion.

Bei deinem Kunden stellen sich möglicherweise Aggression, Angst, und Unwohlsein ein. Deshalb solltest du am Anfang des Gesprächs ungefähr eine doppelte Armlänge Abstand halten. Dies ist die Distanz, die wir beim Händeschütteln automatisch einnehmen. Dein Kunde entscheidet dann durch seine Körperhaltung, ob eine Verringerung der Distanz möglich ist. Es ist extrem wichtig, das Distanzbedürfnis anderer Menschen zu respektieren. Wer jemandem zu „dicht auf die Pelle“ rückt, muss sich nicht wundern, wenn er sich unbeliebt macht. Wenn du deinem Kunden beispielsweise beim Anpassen der Brille nah kommen musst, frage ihn vorher um Erlaubnis:

„Damit ich Ihnen die Brille optimal anpassen kann, müsste ich Ihnen kurz hinters Ohr schauen. Ist das in Ordnung?“

1.11 Welche Begrüßungsworte sind gesprächsführend

Zuerst die Kriterien guter Begrüßungsworte:

- Sie geben deinem Kunden Zeit sich zu akklimatisieren
- Sie sind gesprächsführend
- Sie wirken sympathisch

Bei einer guten Begrüßung solltest du deinem Kunden zunächst ein wenig Zeit geben, um sich zu akklimatisieren. Trete ihm mit positiven Körpersignalen gegenüber (hilfsbereit und freundlich anschauen, Nase-Nabel-Kontakt, doppelte Armlänge Distanz)

Die einzige Begrüßung, die alle Kriterien erfüllt, ist einfach und sehr effektiv:

- Zunächst nennst du die Tageszeit:
Guten Morgen - Guten Tag - Guten Abend oder das was bei euch in der Region üblich ist (Grüß Gott, Moin Moin ...).
- Schau den Kunden dabei freundlich und hilfsbereit an und schweige.
- Der Kunde wird nun in den allermeisten Fällen seinen Wunsch äußern.

Erst wenn der Kunde nach zwei bis drei Sekunden nichts sagen sollte, kannst du etwas anhängen wie:

- **„Was darf ich für Sie tun?“**
- **„Was führt Sie zu mir?“**
- **„Was kann ich Ihnen Gutes tun?“**
- **„Welchen Wunsch haben Sie?“**

Diese Form der Begrüßung nutze ich seit 30 Jahren und kann mich nicht daran erinnern, dass ich nach der Kunstpause etwas „nachschieben“ musste. Voraussetzung hierfür sind aber die klaren körper-sprachlichen Willkommenssignale, die du bei jeder Begrüßung senden musst, so dass dein Kunde spüren kann, dass du hier und jetzt 100 % für ihn da bist.

Äußert dein Kunde seinen Wunsch, wie beispielsweise: **„Ich möchte eine neue Brille“**, dann kannst du das Gespräch mit einer positiven Kundenwunschbestätigung und einer passenden offenen Frage einleiten. Hier haben sich folgende Formulierungen bewährt:

- **„Ja gerne, welche Wünsche haben Sie mitgebracht?“**

- **„Ja gerne, worauf legen Sie besonders Wert bei Ihrer neuen Brille?“**

- **„Ja gerne, was ist Ihnen besonders wichtig bei Ihrer neuen Brille?“**

Durch diese Art der Begrüßung, hast du die Chance eine direkte gesprächsführende Frage zu stellen und gibst deinem Kunden gleichzeitig die Zeit, die er zum Ankommen benötigt.

Ein praktisches Beispiel für die Begrüßungsphase:

Dein Kunde betritt deine Geschäftsräume und du begrüßt ihn mit:

„Guten Tag“

Schau den Kunden dabei **freundlich** und **hilfsbereit** an und halte eine Kunstpause von 1-2 Sekunden ein. Damit erhält der Kunde eine Chance, sich zu akklimatisieren und seine Wünsche zu äußern.

„Guten Tag. Ich möchte eine neue Brille.“

„Ja gerne, welche Wünsche haben Sie mitgebracht?“

„Mir ist wichtig, das die Brille leicht und stabil ist.“

„Gerne zeige ich Ihnen Modelle, die zu Ihren Wünschen passen. Welche Brillenwerte benötigen Sie für die neue Brille?“

„Das möchte ich bei Ihnen ausmessen lassen.“

„Mein Vorschlag ist, dass wir zuerst Ihre neuen Brillenwerte bestimmen und dann ein dazu passendes Brillenmodell aussuchen. Was halten Sie davon?“

„Ja, das können wir so machen.“

„Haben wir schon mal eine Brille für Sie gemacht?“

„Ja, so vor ungefähr vier Jahren.“

„Dann hole ich Ihre bisherigen Unterlagen dazu und darf Sie schon mal in den Augenprüfraum bitten.“

1.12 Welche Sonderfälle gibt es bei der Begrüßung:

A. Dein Kunde nutzt andere Begrüßungsworte als du

Benutzt dein Kunde andere Begrüßungsworte als du, solltest du ihn mit seinen Worten zurückgrüßen, dies schafft eine gleiche Ebene:

Beispiel:

„Hallo“

„Hallo“

B. Dein Kunde möchte etwas mit dem du dich nicht auskennst

Bei Auszubildenden könnte dies der Fall sein, wenn der Kunde zum Beispiel eine Refraktion oder eine Kontaktlinsenanpassung benötigt und damit eine Übergabe des Kunden an einen Kollegen erforderlich ist.

Hier ist es sinnvoll, dem Kunden zu sagen, dass ein Kollege hinzugeholt wird. Falls Wartezeiten eintreten sollten, kannst du dem Kunden einen Platz anbieten, vielleicht auch etwas zu Trinken und eine Zeitschrift. Mögliche Formulierungen hierfür sind:

- **Der Kunde wünscht eine Kontaktlinsenberatung, die du nicht durchführen kannst**

„Für die Kontaktlinsenberatung hole ich Ihnen unsere Spezialistin Frau XY. Wenn Sie möchten, machen Sie es sich einen Moment bequem und ich frage nach, wann Frau XY Zeit für Sie hat. Darf ich Ihnen solange etwas zu trinken und eine Zeitschrift anbieten?“

- **Der Kunde wünscht eine Refraktion, die du nicht durchführen kannst**

„Die Augenprüfung führt unser Augenoptikermeister Herr XY durch. Ich sage ihm Bescheid. Wenn Sie möchten, machen Sie es sich einen Moment bequem und ich frage nach, wann Herr XY Zeit für Sie hat. Darf ich Ihnen solange etwas zu Trinken und eine Zeitschrift anbieten?“

Wenn du deinen Kollegen informiert hast und er mit zum Kunden kommt, solltest du deinen Kollegen dem Kunden kurz vorstellen.

„Das ist unser Augenoptikermeister Herr XY, er wird bei Ihnen die Augenprüfung durchführen.“

C. Der Kunde hat keine detaillierten Wünsche

Wenn dein Kunde auf die Frage: **„Was ist Ihnen wichtig bei ihrer neuen Brille?“** keine konkreten Wünsche nennen kann, schlägst du ihm etwas vor.

„Ich habe eine Idee was zu Ihnen passen könnte. Darf ich Ihnen das Modell zeigen?“

„Es gibt verschiedene Modelle, die gut zu Ihnen passen. Darf ich Ihnen diese Modelle zeigen?“

D. Der Kunde möchte sich alleine umschaun

Die Freiheit, sich in einem Geschäft ungestört umschaun zu können, sollte auf jeden Fall als positives Marketinginstrument genutzt werden. Dauerndes Anstarren oder Hinterherlaufen erzeugen beim deinem Kunden kein gutes Gefühl. Jedoch vergessen

das viele Augenoptiker, weil sie wegen des Umsatzdrucks keinen Verkauf verpassen wollen.

„Ich möchte mich erst mal alleine umschauchen.“

- **Erläutere kurz und knapp dein Ausstellungssystem.**
- **Lege ein Tableau für den Kunden zurecht, auf dem er die Favoriten sammeln kann.**

„Ja gerne. Damit Sie sich zurechtfinden, zeige ich Ihnen kurz wie wir unsere Modellausstellung geordnet haben. Wir haben die Brillenmodelle nach Marken sortiert, über der Brillenbühne finden Sie den entsprechenden Markennamen. Ich bin jederzeit ansprechbar, wenn ich Sie unterstützen kann. Wenn Ihnen etwas gut gefällt, legen Sie es auf das Tableau, dann haben wir gleich Ihre Favoriten für die Endauswahl zusammen.“

E. Dein Kunde schaut sich alleine um und du möchtest ins Gespräch kommen

Wann sollst du den Kunden ansprechen?

Achte auf entsprechende Signale. Das kann ein hilfesuchendes Umschauchen sein, oder auch ein deutlicher Blickkontakt.

Wie sprichst du den Kunden an?

Der erfolgreiche Kontakt zum Kunden führt über das gemeinsame Interesse an der Ware. Sprich ihn immer auf das Produkt an.

„Welche Modelle gefallen Ihnen gut?“

„Was sind Ihre bisherigen Favoriten?“

F. Dein Kunde sucht eine Brillenmarke, die du nicht führst

- Zu sagen, dass du die Marke nicht vorrätig hast, führt in fast 100 % der Fälle dazu, dass dein Kunde das Interesse verliert und das Geschäft verlässt.
- Zeige deinem Kunden stattdessen mögliche Alternativen, denn vielleicht sucht er gar nicht wirklich genau diese Marke, sondern lediglich den Stil der Marke.
- Ich habe oft erlebt, dass Kunden, die mit einem konkreten Markenwunsch zu mir gekommen sind, sich später für eine andere Marke entschieden haben.

Beispiel:

„Haben Sie Brillen von der Marke XY?“

„Wir haben vergleichbare Modelle von der Firma YX, die ich Ihnen gerne zeige.“

a. *„Ja zeigen Sie mal“*

Jetzt kannst du den Kunden normal weiterberaten.

b. *„Nein, ich möchte gerne ein ganz bestimmtes Modell von der Marke XY.“*

Falls du dieses Modell nicht selber bestellen kannst, könntest du deinem Kunden ein Geschäft empfehlen, in dem er dieses Modell bekommen kann. Gleichzeitig solltest du ihm anbieten, sich gerne bei dir die Augen überprüfen zu lassen und passende Brillengläser auszuwählen. Dieses Angebot führt manches Mal dazu, dein Kunde dir erhalten bleibt und sich bei dir seine Brillengläser anfertigen lässt. Viele Kunden sind erstaunt, dass dies möglich ist und kommen gerne auf dieses Angebot zurück.

G. Dein Kunde betritt das Geschäft und alle sind beschäftigt

- Wichtig ist es, den neuen Kunden zu beachten, auch wenn du gerade im Gespräch mit einem anderen Kunden bist. Es reicht oft schon, ihn anzuschauen und zu lächeln, so dass er weiß, er wird wahrgenommen und kommt als Nächstes an die Reihe.
- Wenn du in einem Gespräch mit deinem Kunden bist und ein neuer Kunde den Laden betritt, kannst du deinen Kunden fragen:

„Ist das für Sie in Ordnung, wenn ich den neuen Kunden kurz frage was er möchte?“

- Erhältst du die Erlaubnis, sprich den neuen Kunden an und kläre seine Wünsche.
- Sollte es eine Kleinigkeit sein, wie der Kauf eines Kontaktlinsenpflegemittels, kannst du den neuen Kunden kurz bedienen und hast wieder Zeit für deinen Beratungskunden.
- Sollte es etwas länger dauern, kannst du den neuen Kunden informieren, wie lange er ungefähr warten muss. Oder du machst mit ihm einen Termin aus. Alles natürlich unter der Voraussetzung, dass kein anderer Kollege Zeit hat.

10.13 Wie du Stammkunden begrüßt



Wenn ein Stammkunde dein Geschäft betritt, wird er sich freuen, wenn du ihm bei der Begrüßung signalisierst, dass du ihn erkennst und im Idealfall mit seinem Namen ansprichst. Hier kann auch die Begrüßung mit Handschlag angemessen sein.

Beispiel: Der Stammkunde „Herr X“ betritt den Laden.

„Guten Tag Herr X, schön Sie wiederzusehen. Was führt Sie zu mir?“

Du solltest deinen Kunden aber nur mit Namen ansprechen, wenn du dir 100 % sicher bist ihn auch zu kennen. Ansonsten lasse den Namen erstmal weg. Falls du den Namen des Kunden benötigst, um beispielsweise seine bisherigen Auftragsdaten zu holen, kannst du ihn fragen:

„Wie wird ihr Familienname genau geschrieben?“

„Helfen sie bitte meinem Namengedächtnis auf die Sprünge, wie ist ihr Familienname?“

1.14 Welche Begrüßungsworte solltest du meiden



„Guten Tag, was kann ich für Sie tun?“