

## Beim Kunden stilvoll punkten

### Ein Gastbeitrag von Nicola Schmidt, Imagetrainerin

Der erste Eindruck dauert nur wenige Sekunden, genau genommen 150 Millisekunden! Die Chance, sich zu präsentieren und sich offen, freundlich und wertschätzend zu geben. Das Outfit spricht auch seine eigene Sprache, es sollte nicht unterschätzt werden. Bei einem schlecht gekleideten Muffel kauft niemand gerne, da kann derjenige noch so kompetent sein.

Das Begrüßen sollte nach folgender Reihenfolge stattfinden: Bekannt grüßt Bekannt und stellt dann Unbekannt vor. Auch beim Vorstellen gibt es eine Regel: Die ranghöhere Person erfährt zuerst, wer die fremde Person ist. Wenn man beispielsweise mit einem neuen Kollegen zum Kunden geht, stellt man dem Kunden den Kollegen vor. Der Kunde ist immer die ranghöhere Person.

Zu Beginn eines Treffens werden die Visitenkarten ausgetauscht. Eine Eselsbrücke: Die Visitenkarte kündigte schon früher eine Visite an. Der Ranghöhere bekommt die Karte zuerst. Der Gast gibt als erster seine Visitenkarte zum Beispiel dem Geschäftsführer und danach dem Abteilungsleiter. In der Jackentasche finden Visitenkarten gut Platz. Die Karten sollten stets sauber sein, übergibt man seinem Gegenüber doch sein Gesicht.

Die korrekte Anrede eines Geschäftspartners ist von großer wertschätzender Bedeutung. Die Inhaber von Dokortiteln sollten auch damit angesprochen werden. Der Irrglaube, Herr Dr. Uwe Meyer hat sich ohne Titel vorgestellt, dann darf man ihn auch weglassen, ist falsch. Es gehört zum vornehmen Understatement, dass die Inhaber von Titeln auf diesen bei der eigenen Vorstellung verzichten. Es wird immer nur der höchste Titel genannt: Bei Herrn Prof. Dr. Meier lautet dann die Anrede: "Guten Tag, Herr Professor Meier."

Pünktlichkeit ist immer oberstes Gebot. Ein Verspäten ist manchmal nicht zu verhindern, also vor dem vereinbarten Termin anrufen und nicht einige Minuten danach. Allerdings ist es genauso unhöflich, eine halbe Stunde zu früh zum Termin zu erscheinen. Am besten fragt man sein Gegenüber, bis wann er das Angebot braucht. So verschafft man sich etwas Luft und steht nicht unter Druck. Denn an eine Aussage wie "Ich sende Ihnen das Angebot morgen zu" sollte man sich auch dran halten.

Small Talk ist ein guter Türöffner zum Kunden, hier kann eine persönliche Bindung durch das kleine Gespräch am Rande aufgebaut werden. Wichtig ist jedoch sich zu merken, was man mit dem Kunden besprochen hat. Dann kann man beim nächsten Gespräch das ein oder andere Thema noch einmal beiläufig fallen lassen.

Das Business-Outfit sollte einmal die Position widerspiegeln. Denn das Produkt und auch die Persönlichkeit darf sich ruhig in der Kleidung widerspiegeln. Das Outfit muss passen: Von der Passform, zur Figur, die Qualität und zum Anlass. Die Investition in die Kleidung ist auch eine Investition in den Erfolg.

Geschäftliche Telefonate beginnen mit dem Klingelton und einer Begrüßungsformel und enden mit der Ansage auf der Mailbox. Ein seriöser Klingelton sollte selbstverständlich sein

und auf abenteuerliche schrille Töne oder Songs verzichtet werden. Sich mit einem „Ja!“ zu melden, ist unhöflich, zumal der Anrufer damit nicht sicher sein kann, ob er richtig gelandet ist. Besser ist es sich mit Tagesgruß, Vor- und Nachnamen zu melden, damit der Anrufer hört, wo er angekommen ist. Freundlich und verbindlich am Telefon wirken zeigt Kompetenz. Ruhig am Ende des Telefonates die besprochenen Dinge zusammenfassen. Auch ein Lächeln ist durch das Telefon zu hören. Killerphrasen sind unbedingt zu vermeiden: "Wie war noch mal Ihr Name?" besser klingt: "Bitte nennen Sie mir noch mal Ihren Namen, ich habe Sie nicht richtig verstanden." Wenn die Mailbox besprochen wird, sollte der Anrufer zumindest Vor- und Nachnamen hören, damit er weiß, dass er die richtige Mailbox erreicht hat. Anrufe sollten immer zeitnah, wenn möglich am selben Tag beantwortet werden. Bei einer Telefonkonferenz sollte das Gerät auf stumm geschaltet sein, wenn nicht gerade ein Beitrag abgegeben wurde. So sind störende Nebengeräusche der Teilnehmer nicht zu hören, wie zum Beispiel Kaffeetrinken, tippen auf der Tastatur oder blättern in irgendwelchen Unterlagen.

Seminare zum Thema Image & Outfit bietet Nicola Schmidt regelmäßig an. Info: [www.image-impulse.com](http://www.image-impulse.com) oder unter der Rufnummer: 0221-58 98 06 21

Nicola Schmidt ist Expertin für die verbale und nonverbale Kommunikation.

Mit einem stimmigen Konzept bietet sie Führungskräften aus der freien Wirtschaft, wie der eigene Auftritt auf allen Ebenen der Kommunikation optimiert werden kann. Gerade wenn die persönliche Wirkung auf dem Prüfstand steht und der authentische Auftritt noch weiter verbessert werden soll. Es geht in ihren Seminaren/ Vorträgen um die Wirkung des Outfits bis zum souveränen Umgang im Berufsleben. Nicola Schmidt ist als freie Trainerin für Unternehmen im deutschsprachigen Raum tätig.

Nicola Schmidt überzeugt mit viel Praxisnähe und Begeisterung. Sie setzt Impulse. Denn charismatisches und sicheres Auftreten bilden das Fundament für den geschäftlichen Erfolg auf jedem Parkett.