

# handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Anleitung:

## So setzen Sie **KÖRPERSPRACHE** im **KUNDENKONTAKT** ein

Autorin: Barbara Seidl, Personalexpertin und Coach für Handwerksbetriebe

---

### IMMER AUF DER SICHEREN SEITE



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

# Anleitung **KÖRPERSPRACHE** im Kundenkontakt

---

Verkaufsgespräche sind, wie der Name sagt, sprachliche Kontaktangebote an Kunden. Wir begrüßen und verabschieden mit freundlichen und persönlichen Worten, beantworten Fragen und geben fachkundig Auskunft über die Produkte und Dienstleistungen, die Ihr Handwerksbetrieb anbietet. Die Verkäuferin bzw. der Verkäufer nutzt ihre/seine sprachlichen Fähigkeiten, um Verbraucher oder Geschäftskunden bei der Auswahl/beim Einkauf oder bei Kaufentscheidungen zu informieren, zu unterstützen und zu überzeugen. Diese Art der Kommunikation betrifft den hörbaren (die Wahrnehmung mit den Ohren) und gesprochenen Bereich – der Fachbegriff heißt: verbale Kommunikation

Zu jeder zwischenmenschlichen Kommunikation, wenn sich Menschen nicht nur hören, sondern auch persönlich begegnen, gehört neben der Sprache auch die so genannte Körpersprache. Der Körper sendet Signale und Botschaften aus, die der Mensch gegenüber sieht, beurteilt und in den meisten Fällen darauf reagieren lässt. Diese Art der Kommunikation betrifft den sichtbaren Bereich (die Wahrnehmung mit den Augen) – der Fachbegriff heißt: nonverbale Kommunikation also die nicht sprachliche Art zu kommunizieren.

## # WELCHE FUNKTION ERFÜLLT DIE KÖRPERSPRACHE UND WELCHEN NUTZEN HABEN SIE FÜR DIE VERKÄUFERIN/VERKÄUFER?

- Körpersprache dient der Kommunikation ohne Worte. Zum Beispiel wenn der Kommunikationspartner für eine Ansprache zu weit entfernt ist (in der Schlange, außerhalb des Ladens). Oder wenn in einer Kommunikationspause Worte zur Verständigung nicht notwendig sind („ein Lächeln sagt mehr als tausend Worte“, Blickkontakt)
- Körpersprache ergänzt und verstärkt die Sprache. Mit Gesten und Mimik werden gesprochene Inhalte noch wirkungsvoller dargestellt und aufgenommen. Beispiele: Ein freundlich ausgesprochener Gruß wird durch ein Lächeln verstärkt und wirkt dadurch glaubhaft. Eine professionelle Produktauslobung wird durch die unterstützende Gestik der Verkaufskraft (z.B. auf das Produkt oder eine Abbildung zeigen) unterstützt.
- Körpersprache ist ein wichtiger Bestandteil der Informationsübermittlung an den Menschen, mit dem wir in Kontakt sind oder kommen möchten. Das heißt jede Person nimmt gleichzeitig Signale und Botschaften von seinem Gegenüber auf und sendet seinerseits an den Partner Informationen. So dient die Körpersprache als Brücke, als fortwährendes Band für den Kontakt zu unserem Gesprächspartner. Denn Sprache macht schon mal eine Pause; die Körpersprache ist immer „angeschaltet.“
- Nonverbale Kommunikation dient als Informationsquelle, was beim Gegenüber innerlich gerade passiert. Die meisten dieser Vorgänge laufen nicht bewusst ab, sie geschehen so zu sagen von alleine. Beispiele: Der eilige Kunde schaut häufig auf die Uhr und macht unruhige Bewegungen, der unentschlossene oder noch nicht überzeugte Kunde runzelt die Stirn – dies geschieht oft ohne dass der Kunde das selbst merkt.

## # WIE KOMMUNIZIEREN WIR?

Wissenschaftler haben in zahlreichen Tests festgestellt, dass nur ca. 7 % der Inhalte durch die Sprache, das heißt durch die Worte übermittelt werden. Ca. 38 % der Informationsübertragung werden durch den Ausdruck der Stimme (z.B. Tonfall, Betonung, Tempo) abgedeckt. Für die nonverbale Kommunikation sind ca. 55 % anzusetzen.

# Anleitung **KÖRPERSPRACHE** im Kundenkontakt

---

## # WELCHE ELEMENTE HAT DIE NONVERBALE KOMMUNIKATION?

- Gestik – die Sprache der Hände
- Mimik + Lächeln – die Sprache des Gesichtsausdrucks
- Blickkontakt – die Sprache der Augen
- Körperhaltung und Bewegungen – die Sprache des ganzen Körpers.
- Abstand und Nähe, räumliches Verhalten – die Sprache der Positionierung im Raum
- Kleidung, Frisur, Schmuck, persönliche Merkmale – die Sprache der äußeren Erscheinung.

## # SO NUTZEN SIE ALS VERKAUFSKRAFT KÖRPERSPRACHLICHE SIGNALE UND BOTSCHAFTEN IHRES KUNDEN.

### **Gestik:**

**Der Kunde zeigt auf ein bestimmtes Produkt:** Manchmal ist es so, dass ein Kunde den Produktname nicht kennt oder ein ganz bestimmtes Produkt möchte. Zeigen Sie ebenfalls auf die Ware oder Abbildung und nennen Sie den Produktnamen.

Oder Ihr Kunde nimmt ein Produkt/Broschüre in die Hand: Das gibt einen Hinweis darauf; dass er großes Interesse hat und das Produkt besitzen/kaufen will. Nehmen Sie ihm das Produkt nicht weg, ggf. nehmen Sie selbst eines zur Hand. Zeigen und erklären Sie die Vorzüge und die Einsatzbereiche.

### **Mimik + Lächeln:**

**Der Kunde signalisiert mit seinem Gesichtsausdruck Zustimmung oder ggf. auch Bedenken:** Zustimmendes Nicken, ein Lächeln und ein entspanntes Gesicht Ihres Kunden sind für Sie als Verkäufer/in ein Hinweis auf den Kaufwunsch und die „Belohnung“ für die gute Bedienung und Beratung. Aber Achtung: Schaut der Kunde mal ernst, runzelt er die Stirn, so prüfen Sie bitte, ob der Grund in Ihrem (aus Kundensicht unangemessenen) Verhalten liegt - sofort abstellen und ggf. entschuldigen. Oder Kunden haben noch Fragen oder Widerstände oder sind mit anderen Dingen im Geiste beschäftigt. Schaffen Sie eine freundliche Atmosphäre, stellen Sie Fragen und finden Sie die Ursache heraus.

### **Blickkontakt:**

**Der Kunde schaut Sie erwartungsvoll an:** Erwidern Sie sofort (innerhalb weniger Sekunden) seinen Blick, denn ein nicht aufgenommenen Blickkontakt wird vom Kunden als mangelnde Aufmerksamkeit oder gar Missachtung interpretiert. Wenn Sie nicht sofort zum Kunden gehen können bzw. nicht sofort mit ihm reden können (weil Sie z.B. andere Kunden beraten oder telefonieren), setzen Sie ein zustimmendes Kopfnicken ein. Blickkontakt und Kopfnicken signalisieren Ihr Interesse und informieren den Kunden, dass Sie ihn wahrnehmen.

### **Körperhaltung + Bewegung:**

**Der Kunde bewegt sich im Verkaufsraum hin und her:** Bewegung heißt häufig, dass Kunden noch nicht wissen, was sie kaufen möchten, sie sind unentschlossen. Lassen Sie ihn nicht alleine nach dem Motto, „wenn er was will, wird er schon kommen/was sagen“. Gehen Sie zu ihm hin, halten Sie etwas Abstand und prüfen Sie mit einer Frage, ob er schon Unterstützung möchte. Bieten Sie dem Kunden Hilfe und Beratung an.

### **Räumliches Verhalten:**

**Der Kunde verändert die Distanz zur Verkaufskraft** z.B. er geht auf Abstand oder kommt näher. Abstand und Nähe – die passende Distanz zwischen der Verkaufskraft und dem Kunden sind wichtige Parameter

# Anleitung **KÖRPERSPRACHE** im Kundenkontakt

---

für gelingende Kommunikation. Jedoch hat jeder Mensch seine individuelle Wohlfühl- und Distanzzone. Es ist Aufgabe des Verkäufers/der Verkäuferin diese in kleinen Schritten auszutesten.

## **Äußere Erscheinung:**

**Kleidung und individuelle Merkmale sind mit äußerster Vorsicht zu beurteilen.** Achtung: hier gibt es viele Fettnäpfchen. Die Gefahr ist groß, dass wir persönlichen Einschätzungen und Vorurteilen unterliegen. Hochwertige Kleidung heißt nicht zwangsläufig, dass der Kunde viel Geld ausgeben will. Jugendlicher, sportlicher Typ, saloppe Kleidung heißt nicht unbedingt, dass der Kunde geduzt werden will. Die äußeren Merkmale geben nur dann Hinweise, wenn der Kunde sich (auf mehreren Ebenen) eindeutig verhält und z.B. durch sprachliche Äußerungen die körpersprachliche Einschätzung wahrscheinlich macht.

## **# SO SETZEN SIE IHRE KÖRPERSPRACHE ALS VERKAUFSKRAFT RICHTIG UND PROFESSIONELL EIN.**

### **Gestik:**

**Unterstützen Sie die Produktauslobung mit Ihren Händen:** Die offene Hand (Handflächen nach oben drehen und auf das Produkt zeigen) oder das Formen von 2 – 3 Finger zu einer Art Zeiger/Pfeil, verstärkt Ihre Worte. Ganz automatisch folgt der Blick des Kunden Ihrer Hand und er schaut auf das Produkt oder die Abbildung. So heben Sie das einzelne Produkt bzw. wichtige Informationen heraus und lenkt die Aufmerksamkeit Ihres Kunden.

Wenn Sie ein Produkt in die Hand nehmen können, drehen Sie es ein wenig, machen Sie typische Handbewegungen damit (Die Bewegung ggf. nur andeuten, nicht zu schnell.). Geben Sie es dem Kunden in die Hand oder lassen Sie ihn es berühren (nicht für offene Lebensmittel geeignet).

### **Mimik + Lächeln:**

**Ein freundlicher Gesichtsausdruck, ein Lächeln das von innen kommt ist das Handwerkszeug jeder professionellen Verkaufskraft:** Sicherlich gibt es hin und wieder Situationen die Kraft kosten, doch jeder neue Kunde wünscht sich ein Lächeln und einen angenehmen Kontakt beim Einkauf. Lächeln und ein positiver Gesichtsausdruck schafft guten Kontakt und nützt auch Ihnen als Verkäufer/in. Denken Sie an das alte Sprichwort „wie man in den Wald hinein ruft, so schallt es heraus“.

### **Blickkontakt:**

**Blickkontakt ist die Grundlage für den Kundenkontakt:** Während der Beratungs- oder Bedienungsphase wechseln sich gezielter Blick und kurzes Wegsehen ab (z.B. um ein Produkt einzupacken). Zu intensiver, starrer Blickkontakt könnte missverstanden werden. Nehmen Sie immer wieder Blickkontakt auf, dann sehen Sie auch, wie der Kunde sich verhält. Wenn Sie den Kunden ansprechen, müssen Sie ihn auf jeden Fall anschauen.

### **Körperhaltung + Bewegung:**

**Angepasste Bewegungen und gerade Körperhaltung – ein Muss.** Drehen Sie Ihrem Kunden nicht den Rücken zu (wie soll da ein Blickkontakt entstehen), wenden Sie sich dem Kunden zu zum Beispiel auch wenn Sie telefonieren. So sind Sie immer informiert, was geschieht. Wenn sich Ihr Kunde bewegt, gehen Sie (ein Stückchen) mit, passen Sie sich seinem Tempo an, jedoch ohne hektische Bewegungen.

### **Räumliches Verhalten:**

**Reflektieren Sie in der Kundenbeziehung, welche Distanz und welches Verhalten angemessen ist.** Welche Nähe angemessen ist, entscheidet sich nach dem Beziehungsstatus: Je besser man eine Person kennt und je vertrauter man mit ihr ist, desto mehr darf man sich ihr nähern. Bieten Sie Ihrem Kunden eine Sitzgelegenheit

# Anleitung **KÖRPERSPRACHE** im Kundenkontakt

---

an, setzen Sie sich erst, wenn der Kunde Platz genommen hat. Bleibt der Kunde stehen, tun Sie es ihm gleich. Achten Sie bei den formalen Gesten wie Begrüßung und Verabschiedung z.B. Händedruck darauf nicht in die persönliche oder intime Nähe des Kunden zu kommen. Hier ist der Abstand einer Armlänge angemessen.

## **Äußere Merkmale:**

### **Gepflegtes Äußeres sind unabdingbare Voraussetzung für guten Kundenkontakt und Verkaufserfolge:**

Bestimmen Sie als Inhaber/in welche (Arbeits-)Kleidung/Schuhe und für Kunden sichtbare Merkmale (Frisur, Schmuck, Tattoo und Piercings, Makeup, Namensschild) zu Ihrem Betrieb, zu Ihrer Branche/Produkte und Ihren Kunden passen. Überprüfen Sie, wie während der Arbeit aussehen und z.B. wenn es heiß ist aussehen. Welchen Eindruck hinterlassen Sie als Verkaufskraft, was erwartet der Kunde? Vermutlich keine Hotpants und Flipflops oder verdreckte bzw. nicht gewechselte oder ungebügelte Kleidung.

## **# PRAXISTIPP:**

### **VERMEIDEN SIE AUCH DIESE SICHTBAREN NEGATIVE (= NON-VERBALE) FEHLER IM KUNDENKONTAKT**

- In die Haare oder ins Gesicht greifen wirkt unhygienisch (geschieht häufig unbewusst, machen Sie sich im Team darauf aufmerksam)
- Sich an den Armen, am Körper kratzen wirkt in keinem Fall verkaufsfördernd.
- Finger mit Speichel befeuchten z.B. beim Umblättern oder bei der Entnahme von Verpackungsmaterial - auch hier eine sehr schlechte Angewohnheit.
- Sich die Nase putzen, Taschentuch einstecken und weiter machen. Es ist unhygienisch, unbedingt sich kurz abwenden und danach Hände waschen.
- Mit Abfall, staubigen Kartonage oder Reinigungsarbeiten beschäftigt sein – bevor Sie zum Kunden gehen, ihm die Hand oder Ware geben unbedingt die Hände reinigen.
- Deutlich durchatmen, an die Decke sehen (weil etwas nervt) oder Augen rollen, da nützt auch kein vermeintlich „netter“ Satz. Die Körpersprache wiegt mehr, sie zeigt dem Kunden, was Sie wirklich denken.
- Unfreundlicher, mürrischer Gesichtsausdruck, Stirnrunzeln auf eine Frage oder Hinweis des Kunden. Gute Laune sieht jeder Kunde sofort an Ihrem Gesicht.
- Essen und Trinken (außer Sie tun es gemeinsam mit dem Kunden) , Kaugummi kauen, Rauchen – wird von den meisten Kunden als unprofessionell angesehen.
- Mit anderen Dingen beschäftigt sein und dadurch nicht beim Kunden, nicht ganz bei der Sache zu sein. Beispiele: gelangweilt aus dem Fenster sehen, ständig auf das Handy schauen, während der Kunde erzählt auf das eigenen Papier malen/kritzeln oder mit dem Kuli oder mit Gegenstände spielen.