

# Meister. Macher. Unternehmer.



Handwerkskammer Koblenz  
Kompetenzzentrum für Gestaltung,  
Fertigung und Kommunikation

August-Horch-Straße 6-8  
56070 Koblenz  
kompz@hwk-koblenz.de  
Telefon: 0261/398-585  
Telefax: 0261/398-986  
www.hwk-kompetenzzentrum.de

## Kfz-Werkstätten starten durch

Kundengespräche erfolgreich führen



Handwerkskammer Koblenz

## Umgang mit Kunden

**Kundengespräche gehören in Kfz-Werkstätten zum täglichen Geschäft. Wirtschaftlicher Erfolg steht in direktem Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Kunden:**

**Bieten Sie in Ihrer Werkstatt hervorragenden Service und gehen Sie auf die Bedürfnisse des Kunden ein? Dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass Ihr Kunde bei der nächsten anstehenden Reparatur die Werkstatt wieder aufsuchen und im Bekanntenkreis weiterempfehlen wird.**

**Alle Mitarbeiter der Werkstatt – seien sie in der Annahme oder in der Werkstatt beschäftigt – müssen sensibilisiert werden. Diese Broschüre greift entscheidende Aspekte und Fragen zum Verhalten in Kundengesprächen auf, möchte auf mögliche Stolpersteine und kritische Situationen im Umgang mit Kunden aufmerksam machen und nicht zuletzt Anregungen und Empfehlungen geben, wie die persönliche Kompetenz in Kundengesprächen gesteigert werden kann.**

## Inhaltsverzeichnis

|  |       |
|--|-------|
| Kundenzufriedenheit – der Schlüssel zum Erfolg   | 5     |
| Phasen eines Kundengesprächs   | 6     |
| Worauf es ankommt  | 7/8   |
| Der Einstieg in das Gespräch   | 9     |
| Einstieg – Was wissen Sie über den Kunden?   | 10    |
| Fragetechniken   | 11/12 |
| Das Annahmegespräch  | 13    |
| Nach erfolgter Fehleranalyse: Den Kunden von der Notwendigkeit der Reparatur überzeugen. | 14    |
| Nach der Fehleranalyse: „unwirtschaftliche“ Reparaturen/ Alternativen aufzeigen          | 15    |
| Gesprächsabschluss   | 16    |
| Beschwerden/Reklamationen  | 17    |
| Schwierige Kunden – der Choleriker   | 18    |
| Schwierige Kunden – der Unentschiedene   | 18    |
| Schwierige Kunden – der Sparfuchs  | 19    |
| Grundsätzliches  | 20    |
| Trainieren Sie Ihr Verhalten in Kundengesprächen   | 21/22 |

## Kundenzufriedenheit – der Schlüssel zum Erfolg

Ohne Kunden kein Umsatz – das Ziel einer jeden Kfz-Werkstatt sind zufriedene Kunden, die sich in der Firma gut beraten fühlen, die wiederkommen und idealerweise die Werkstatt weiterempfehlen.

Beratung, Service, Preispolitik – diese drei Faktoren tragen entscheidend dazu bei, wie zufrieden Kunden mit ihrer Kfz-Werkstatt sind.



### Aber was wünschen sich Kunden konkret?

- Das Gefühl, dass sich die Mitarbeiter Zeit nehmen, d. h. dass Sie den Kunden grüßen und gegebenenfalls nachfragen, ob er schon bedient wird.
- Kurze und angenehme Wartezeiten, eventuell mit einer Tasse Kaffee.
- Beratungen und Serviceleistungen, die auf die Bedürfnisse des Kunden abgestimmt sind.
- Angemessene, transparente und faire Reparaturkosten.
- Zeitnahe Reparaturen.
- Einen kostengünstigen oder kostenfreien Ersatzwagen zur Überbrückung der Reparaturzeit.

## Phasen eines Kundengesprächs

Kundengespräche lassen sich in der Regel in drei Phasen unterteilen:

### Einstieg

Gerade zu Beginn des Gesprächs ist es wichtig, eine angenehme Gesprächsatmosphäre zu schaffen. Hier helfen sogenannte „Eisbrecher“. Das können z. B. Fragen sein, die den Kunden zum Erzählen anregen. In der Kundenannahme wird der Kunde sein Anliegen schildern. Nehmen Sie sich Zeit, dem Kunden zuzuhören, ermuntern Sie ihn, sein Anliegen zu schildern und hören Sie ihm genau zu. Stellen Sie ihm Fragen, die helfen, offene Punkte zu klären.

### Hauptteil

Es folgt die Hauptphase des Gesprächs, in der Sie dem Kunden Vorschläge liefern, wie sein Anliegen in der Werkstatt behoben werden kann. Berücksichti-

gen Sie in Ihrer Argumentation vor allem Punkte, die der Kunde bei der Schilderung besonders betont hat, entkräften Sie eventuelle Befürchtungen und zeigen Sie ihm, dass Sie gerade auf die von ihm geäußerten Wünsche eingehen.

### Gesprächsabschluss

Nach erfolgter Beratung geht es darum, mit dem Kunden ins Geschäft zu kommen. Versuchen Sie, das Gespräch hin zu einer konkreten Vereinbarung zu bewegen, oder erstellen Sie ein gutes Angebot für einen Neu- oder Gebrauchtwagen.



## Worauf es ankommt

### Führen Sie das Gespräch?

Nehmen Sie das Gespräch aktiv in die Hand! Versuchen Sie durch gezielte Fragen, den Gesprächsverlauf selbst zu gestalten. Seien Sie im Gespräch aktiv. Unterbreiten Sie Ihre Vorschläge.

### Hören Sie dem Kunden wirklich zu?

Zuhören ist eine Kunst, die nicht jeder „beherrscht“. Sie erfordert, dass Sie sich auf den Kunden einstellen. Versuchen Sie, diese Fähigkeit stetig zu verbessern. Hören Sie zu und fragen Sie nach, wenn Sie etwas nicht verstanden haben.

### Was fällt Ihnen zum Nutzen Ihres Lösungsvorschlags ein?

Argumentieren Sie, indem Sie den Nutzen aus Sicht des Kunden formulieren. Setzen Sie sich nicht nur während des Gesprächs sondern kontinuierlich mit dem

Nutzwert Ihrer Dienstleistungen auseinander und lernen Sie, diesen überzeugend zu formulieren.

### Was sagen Sie, wenn der Kunde „Ja, aber ...“ sagt?

Bereiten Sie sich auch regelmäßig auf mögliche Einwände des Kunden vor. Überlegen Sie überzeugende Antworten, suchen Sie nach überzeugenden Formulierungen und argumentieren Sie im Gespräch.

Nehmen Sie typische Einwände vorweg.

### Beispiel:

„Natürlich ist die Reparatur in Variante A nicht so kostengünstig. Dafür haben Sie in den kommenden Jahren hier keine weiteren Ausgaben, die im Falle von Variante B mit Sicherheit auf Sie zukommen werden.“

Was sagen Sie, wenn der Kunde sagt: „Das muss ich mir noch überlegen ...“

Versuchen Sie, am Ende des Gesprächs eine konkrete Vereinbarung zu treffen. Erfragen Sie, woran es liegt, wenn der Kunde zögert. Geben Sie nicht vorzeitig auf und versuchen Sie, Ihr Angebot den Wünschen des Kunden weiter anzupassen.



## Der Einstieg in das Gespräch

Gerade zu Beginn eines Gespräches geht es darum, eine angenehme Atmosphäre zu schaffen.

Achten Sie darauf, wie Sie dem Kunden gegenüber treten. Mit einer freundlichen, aufgeschlossenen, interessierten Begrüßung sammeln Sie bereits zu Beginn Pluspunkte.



Hier einige weitere Anregungen:

- Finden Sie ein gemeinsames Thema. Dieses kann das „Eis brechen“ und eine positive Gesprächsatmosphäre herstellen.
- Hören Sie einem aufgeregten Kunden zu und zeigen Sie Verständnis für seine Situation. Versuchen Sie, ihn zu beruhigen.
- Hören Sie auch einem wütenden Kunden aufmerksam zu und schlüpfen Sie in seine Perspektive. Zeigen Sie auch hier Verständnis.
- Versuchen Sie, das Anliegen des Kunden genau zu verstehen.



## Einstieg – Was wissen Sie über den Kunden?

Alles, was Sie über Ihren Kunden wissen, sollten Sie für die Gestaltung Ihres Lösungsvorschlags und für Ihre Argumentation nutzen.

Wie haben Sie den Kunden in der Vergangenheit erlebt?

Freundlich, technisch versiert, sparsam, wenig entscheidungsfreudig?

Versuchen Sie im Gesprächsverlauf, noch mehr über Ihren Kunden zu erfahren.

Stellen Sie dem Kunden offene Fragen, aber achten Sie dabei auch darauf, dass der Kunde nicht den Eindruck bekommt, sich in einem Verhör zu befinden.



## Fragetechniken

Setzen Sie Fragen im Gesprächsverlauf gezielt ein, um mehr zu erfahren und das Gespräch in die gewünschte Richtung zu lenken.

### Offene Fragen oder W-Fragen

Beginnen mit Was, Wer, Wie, Wo usw.

Dieser Fragetyp lässt dem Befragten große Freiräume, kann nicht mit JA oder NEIN beantwortet werden und wird partnerschaftlich erlebt. Sie erfahren sehr viel über Ihr Gegenüber.

Beispiele:

Was wünschen Sie sich? Was meinen Sie dazu? Wie beurteilen Sie ...?

### Geschlossene Fragen

Beginnen mit einem Verb und werden in der Regel mit JA oder NEIN beantwortet.

Dieser Fragetyp eignet sich, wenn Sie wichtige Gesprächsinhalte überprüfen möchten. Geschlossene Fragen verkürzen das Gespräch und schaffen schnell Raum für weitere Fragen. Sie werden als starke Lenkung erlebt.

Beispiele:

Habe ich Sie richtig verstanden: Ihr Auto hat eine Servolenkung? Wären Sie mit dieser Lösung einverstanden?

### Spiegelungsfragen / Rückkopplungsfragen

Sie beginnen im Regelfall nicht mit einem Fragewort und wiederholen Inhalte vorangegangener Aussagen des Kommunikationspartners. Sie sichern gegenseitiges Verstehen, verhindern es, aneinander vorbei zu reden und zeigen Ihr Interesse.

#### Beispiele:

Kann ich davon ausgehen, dass Sie ...? Sie sind also der Auffassung, dass ...? Wenn ich Sie recht verstehe, meinen Sie ...?



### Rangierfragen

Können sowohl mit einem Fragewort als auch einem Verb beginnen und helfen, das Gespräch auf das Wesentliche zu konzentrieren.

#### Beispiel:

Ich stimme mit Ihnen überein, aber sollten wir uns nicht wieder dem Thema widmen? Wollen wir nicht erst diesen Punkt besprechen?



## Das Annahmegespräch

### Eingrenzung des Fehlers

Versuchen Sie, bereits im Annahmegespräch eine detaillierte Fehlerbeschreibung zu erhalten. Fragen Sie den Kunden, wann der Fehler auftritt und wie er sich bemerkbar macht.

Binden Sie den Kunden soweit wie möglich in die Fehlersuche mit ein: „Wir“ – der Meister und der Kunde – müssen den Fehler finden.

Nehmen Sie den Kunden nach einer ersten Sichtprüfung mit zur Probefahrt.

### Wie können Sie die Situation für den Kunden so angenehm wie möglich gestalten?

Bieten Sie dem Kunden spätestens bei einer kurzen Wartezeit einen Kaffee an.

Haben Sie einen ansprechenden Warteraum, in dem sich der Kunde aufhalten kann?

Können Sie dem Kunden einen kostenlosen/kostengünstigen Leihwagen anbieten?

Was können Sie noch tun, damit sich der Kunde gut aufgehoben fühlt?



## Nach erfolgter Fehleranalyse: Den Kunden von der Notwendig- keit der Reparatur überzeugen.

Sie haben den Fehler gefunden. Im folgenden Gespräch mit dem Kunden geht es darum, diesen davon zu überzeugen, die notwendigen Reparaturen in Ihrer Werkstatt durchführen zu lassen.

Bedeutsam sind hier:

### Warum soll der Kunde sein Auto reparieren lassen?

Stellen Sie die Notwendigkeit und den Nutzen der Reparatur heraus, indem Sie überzeugend argumentieren. Bei der Wahl der Argumente können Sie auf das zurückgreifen, was Sie über den Kunden wissen.

Versuchen Sie nicht, den Kunden zu überreden, sondern ihn zu überzeugen.

### Was, wenn der Kunde „Ja, aber ...“ sagt? Wie reagieren Sie auf Einwände des Kunden?

Jetzt beginnt die Überzeugungsarbeit.



Welche Einwände könnte der Kunde haben?

Bereiten Sie sich auf möglichst viele Einwände des Kunden vor und finden Sie überzeugende Antworten.

Auch hier geht es darum, den Kunden zu überzeugen: Wehren Sie die Einwände nicht pauschal ab, sondern wägen Sie in Ihrer Argumentation Positives und Negatives ab und betonen Sie die Vorteile.

Sie können typische Einwände auch vorwegnehmen und mit einer überzeugenden Argumentation entkräften.

Versuchen Sie, das Angebot so „schmackhaft“ wie möglich zu gestalten.

## Nach der Fehleranalyse: „unwirtschaftliche“ Reparaturen/ Alternativen aufzeigen

### Ein Fallbeispiel

Bei einem Peugeot 205, Baujahr 1994 müssen die Bremsen komplett erneuert werden. Der TÜV steht in zwei Monaten an. Der Wagen hat einen tatsächlichen Wert von 1.500 Euro, vorausgesetzt



er ist in fahrtüchtigem Zustand. Die Reparaturkosten belaufen sich inklusive der Ersatzteile voraussichtlich auf 1.000 Euro.

### Mögliche Argumentation

„Das Auto ist derzeit nicht fahrtüchtig, die Bremsen müssen komplett erneuert werden. Wir können Ihnen anbieten, direkt mit der Reparatur auch den TÜV abzunehmen. Da nach Sichtprüfung in naher Zukunft keine weiteren größeren Reparaturen anstehen, können Sie das Auto im Anschluss mindestens weitere zwei Jahre nutzen.“

Es besteht auch die Möglichkeit, das Auto im Anschluss mit zwei Jahren TÜV zu verkaufen – dann kommen mehr als die gesamten Reparaturkosten wieder rein. Ohne Reparatur werden Sie für das Auto keinen Käufer finden.

Für die Reparaturzeit können wir Ihnen kostenfrei einen Leihwagen anbieten.

## Gesprächsabschluss

Versuchen Sie, das Gespräch mit einer konkreten Vereinbarung abzuschließen.

Lassen Sie sich vom Kunden möglichst nicht vertrösten!

„Das muss ich mir noch überlegen ...“, oder ähnliche Vorwände des Kunden

Versuchen Sie herauszufinden, was hinter dieser Aussage steckt. Überzeugen Sie den Kunden, dass das Angebot nicht überteuert ist, dass Sie besten Service und schnelle Reparaturzeiten bieten.

„Sie gewinnen dadurch ...“, „Sie sparen dabei ...“, „Sie erzielen damit ...“, „Sie vermindern auf diese Weise ...“.

Fragen Sie direkt nach, um wie

viel das Angebot zu teuer ist. Besprechen Sie, wie Sie dem Kunden entgegenkommen können: Preisnachlass, Ratenzahlung, Durchführung der notwendigsten Reparaturen vorab ...



## Beschwerden/Reklamationen

Worauf es ankommt...

Nehmen Sie den Kunden und sein Anliegen ernst.

Zeigen Sie Verständnis und verschaffen Sie dem Kunden die Gelegenheit, Wut und Ärger auszusprechen. Hören Sie zu und schlüpfen Sie in seine Situation. Bewahren Sie Ruhe und achten Sie auf eine ruhige Stimmlage.

Nennen Sie Ihre eigenen Argumente erst, wenn der Kunde sich beruhigt hat.

Bleiben Sie sachlich, selbst wenn der Kunde Sie provoziert.

Weisen Sie die Schuld bei berechtigter Kritik nicht von sich, sondern zeigen Sie Verständnis und Entgegenkommen.



## Schwierige Kunden – der Choleriker

Worauf es hier ankommt...

Nehmen Sie das Verhalten des Kunden nicht persönlich!

Treten Sie ruhig und sachlich auf!

Achten Sie auf eine ruhige Stimmlage.

„Schießen Sie nicht zurück!“  
Lassen Sie den Kunden ausreden  
und hören Sie ihm zu.



## Schwierige Kunden – der Unentschiedene

Wenn nach umfassender Beratung keine klare Äußerung erfolgt, ist es bei „Entscheidungsmuffeln“ sinnvoll, direkt nach der Kaufbereitschaft zu fragen.



Fragen Sie nach, warum der Kunde die Reparatur nicht, bzw. in welchem Fall er die Reparatur durchführen würde.

Ergünden Sie die Motive des Zögerns und bieten Sie dem Kunden entsprechende Alternativen.

## Schwierige Kunden – der Sparfuchs

Gerade bei sehr sparsamen Kunden müssen Sie Überzeugungsarbeit leisten.

Im Falle einer kostenintensiven Reparatur sollten Sie möglichst viele überzeugende Argumente nennen können...

„Die Kosten für die Reparatur gleichen sich schnell durch verringerte Ausgaben aus, da ...“

„Bei der kostengünstigeren Alternative treten voraussichtlich weitere Beschwerden auf: ...“

Bereiten Sie auch kostengünstige Alternativen vor und machen Sie dem Kunden klar, welche Reparaturen unbedingt gemacht werden müssen.



## Grundsätzliches

Jeder Kunde und jedes Kundengespräch sind anders!

Um mit unterschiedlichsten Anforderungen in Gesprächen professionell umgehen und überzeugen zu können, ist es wichtig, sich auf Kundengespräche vorzubereiten und Kundengespräche zu trainieren.

Hier noch einmal einige Tipps...

Finden Sie im Vorfeld überzeugende Argumente für unterschiedlichste Situationen!

Trainieren Sie greifende Nutzenargumentationen im Vorfeld!

Berücksichtigen Sie bei Ihrem Angebot die Person des Kunden!

Nehmen Sie das Gespräch aktiv in die Hand und lenken Sie es durch Fragen und eigene Erläuterungen.

Formulieren Sie positiv, vermeiden Sie Wörter und Sätze wie

„Ja, aber ...“, „billig“, „Nein, das geht nicht ...“, „Ich weiß nicht ...“

Bereiten Sie sich im Vorfeld auch auf Einwände des Kunden vor.

Führen Sie das Gespräch zu einem konkreten Gesprächsabschluss.



## Trainieren Sie Ihr Verhalten in Kundengesprächen

Sie haben in dieser Broschüre erfahren, worauf es bei Gesprächen mit Kunden ankommt. Natürlich kann eine Broschüre kein Praxistraining ersetzen: Erst wenn Sie sich selbst in Gesprächssituationen sehen, werden Sie feststellen, wo Ihre Schwachpunkte und wo Ihre Stärken liegen. Sie können aktiv vor der Kamera Ihr Verhalten trainieren.

Die Handwerkskammer Koblenz bietet Ihnen zu allen wichtigen Teilbereichen rund um das Thema Kundengespräche intensive praktische Trainings mit erfahrenen Trainern und Trainerinnen.

In diesen Trainings lernen Sie, wie Sie sich auf Gespräche vorbereiten können, wie sie den Nutzen Ihrer Lösung vorteilhaft präsentieren, auf Einwände gekonnt reagieren können, und das Gespräch zu einer konkreten Vereinbarung führen.

### Kontakt:

Heide Groß

Handwerkskammer Koblenz  
Kompetenzzentrum für Gestaltung,  
Fertigung und Kommunikation

August-Horch-Straße 6-8  
56070 Koblenz  
Heide.Gross@hwk-koblenz.de  
Telefon: 0261/398-585  
Telefax: 0261/398-986  
www.hwk-kompetenzzentrum.de

**Wir bieten Ihnen Kurse zu folgenden Themen:**

**Erfolgreich präsentieren**

**Preisverhandlung**

**Rhetorik**

**Reklamation**

**Kommunikation am Telefon**

**Kundengespräche erfolgreich führen**

**Wirkung der Körpersprache**

**Gesprächssituationen schlagfertig meistern**

**Kundenakquise**

**Erfolgreich verkaufen**

**Sicheres Auftreten**

**Konfliktbearbeitung**

**Kameracoaching**

**Fragetechniken**

**Gesprächsführung**

**Gerne bieten wir Ihnen an, Ihr gesamtes Unternehmen zur gewünschten Thematik zu schulen. Sprechen Sie uns an.**

**Aktuelle Weiterbildungsangebote finden Sie unter:**

**[www.hwk-koblenz.de](http://www.hwk-koblenz.de)**