

Ist das noch zeitgemäß?

FASSUNGSBERATUNG NACH WALDMINGHAUS

Die Frage: Was haben Sie sich denn vorgestellt?

Warum wird diese Frage zu Beginn der Fassungsauswahl an den Kunden gestellt? Was möchten Sie damit erreichen? Und was würden Sie selbst auf diese Frage antworten? Ich stelle diese letzte Frage oft in Seminaren und werde regelmäßig mit großen Augen angeschaut. Viele Augenoptiker sagen dann nur, dass die neue Brille anders sein soll als die, die sie auf der Nase haben.

Aber: Sie verlagern die Verantwortung mit dieser Frage auf die Kunden, die erst mal liefern müssen - und dann wird oft das Gewünschte herausgesucht.

Die meisten Menschen haben aber gar keine Ahnung, was zu ihnen passt und wie die neue Fassung aussehen soll. Sie wünschen sich von Ihnen konkrete Empfehlungen. Schwierig wird es auch, wenn Kunden tatsächlich - vielleicht mühsam besorgte - konkrete Vorstellungen haben, um dann festzustellen, dass sie nicht passen. Zielführender ist es, ein dialogorientiertes Gespräch mit Ihrem Kunden zu führen - bevor es an die Auswahl der Fassung geht. Nehmen Sie sich zwei Minuten Zeit und stellen folgende Frage:

Welche Wirkung soll die neue Brille in Ihrem Gesicht haben, wie möchten Sie wirken?

Darauf kommen verschiedene Antworten, häufig aber: „Oh, darüber habe ich mir noch gar keine Gedanken gemacht.“

Dann ist es an der Zeit! Dabei können Sie etwas nachhelfen und konkrete Fragen stellen. Etwa: Soll die Fassung kompetent und sachlich wirken oder eher ein modisches Statement sein?

Schauen Sie Ihre Kunden genau an und versuchen Sie, Adjektive für sie zu finden. Wie wirkt die Person auf Sie? Überlegen Sie, welche Wirkung Sie sich gut vorstellen können und kommentieren dies nachvollziehbar. Aber Achtung, bitte keine Sätze wie: Mir würde das bei Ihnen gefallen (dazu wird es an dieser Stelle einen Beitrag geben).

Wichtig: Merken Sie sich die genannten Adjektive gut, diese kommen beim Abschluss der Beratung zum Tragen und beschleunigen den Entscheidungsprozess.



Toll ist es, wenn ganz gegensätzliche Wirkungen gewünscht werden, wie kompetent und flippig - denn dann kann man getrost zwei ganz unterschiedliche Varianten wählen und verkauft unter Umständen gleich zwei Brillen.

Zusatzfrage nach dem Beruf

Sie sollten zunächst nur indirekt nach dem Beruf fragen. Sinnvoll ist die Formulierung: „Benötigen Sie eine bestimmte Wirkung für den Beruf?“ Bei einem „Ja“ können Sie getrost nach dem Beruf und der speziell gewünschten Wirkung fragen. Bei einem „Nein“ sollten Sie es dabei belassen, denn manche Menschen sind vielleicht arbeitslos oder möchten dies einfach nicht thematisieren.

Augenoptiker trauen sich oft nicht, diese Frage zu stellen. Aber was soll da passieren? Es gibt einige Kunden, die total positiv überrascht sind und denken: „Das ist ja mal eine schlaue Frage. Ich hatte schon befürchtet, jetzt wieder sagen zu müssen, was man mir herausuchen soll.“



PETRA WALDMINGHAUS

ist renommierte Wirkungsexpertin und Geschäftsführerin von CorporateColor. Regelmäßig veranstaltet eye bizz mit ihr Webinare, die sich immer größerer Beliebtheit erfreuen.