



## Kennt dich dein Kunde?

Mein Bruder ist mein stiller Held. Irgendwann besuchte ich ihn im Elektrofachgeschäft, in dem er seit Jahren als Verkäufer arbeitet. Er verabschiedete sich gerade von einem älteren Ehepaar. Der Mann sagte: „Auf Wiedersehen, Herr Schuster.“ Ich verschluckte fast die Zunge.

„Die Kunden kennen deinen Namen?“, staunte ich. **„Klar“, sagte Andreas. „Kennen deine Kunden deinen Namen etwa nicht?“** Witzig, aber am Punkt vorbei: Sicher kennt kein einziger Kunde auch nur einen einzigen Namen seiner 19 Kolleginnen und Kollegen. Sind die alle namenlos? Nein, nur gut geschult.

Da bringen wir in jedem verdammten Verkaufsseminar den Verkäufern bei, daß sie für eine persönliche Ansprache den Namen ihrer Kunden kennen und benutzen sollen. Wäre es nicht bedeutend umsatzsteigernder, wenn es umgekehrt wäre? Die Kunden von Andreas kennen seinen Namen. Warum? Dem älteren Ehepaar rief er bei dessen erstem Besuch hinterher: „Und das nächste Mal kommen Sie gleich zu mir! Fragen Sie einfach nach dem Schuster!“ Was bringt das?

So kann auch nur einer fragen, der keine Ahnung vom Verkauf hat! Andreas ist seit Jahren von 20 Verkäufern der Umsatz-Champion. Warum? Weil die Kunden seinen Namen kennen. Und nach ihm verlangen, wenn sie das Geschäft betreten. Und lieber zu ihm kommen. Und lieber nicht zur Konkurrenz gehen. Wenn das so einfach ist, warum macht das dann nicht jeder Verkäufer? **Gegenfrage: Wie viele Verkäufer kennen Sie mit Namen?** Die meisten Leute erinnern doch nicht mal den Namen ihres Bankberaters auf Anhieb! Menschen merken sich nur die Namen von Menschen. Die meisten Verkäufer sind keine Menschen. Das kann ich beweisen.

Ins Geschäft, in dem mein Bruder arbeitet, kommt regelmäßig ein fast tauber Kunde. Mit dem muß man immer brüllen, daß einem der Kopf dröhnt, sonst versteht er nichts. Sobald der Mann am Horizont auftaucht, verschwinden die Verkaufskollegen blitzschnell im Lager oder hinter den Regalen. Behandelt man so Menschen? Der Kunde ist zwar taub, aber nicht blöd! Der merkt doch auch, wie mies das Gros der Verkäufer ihn behandelt. Mein Bruder versteckt sich nicht. Er begrüßt den Kunden und brüllt sich danach fünf Minuten lang die Lunge aus dem Leib. Meist verkauft er ihm dabei neue Batterien für sein Hörgerät. Das ist nicht viel. Aber auch taube Menschen brauchen irgendwann einen TV, einen Staubsauger, einen Toaster, ... Und wohin gehen sie dann? Zum Schuster.



Die Chinesen sagen: Wer nicht lächeln kann, sollte keinen Laden aufmachen. Ich sage: Wer Menschen nicht wie Menschen behandeln kann, den bestrafen sie mit Umsatzentzug.

Als das erwähnte ältere Ehepaar zum ersten Mal in den Elektrofachmarkt kam, hatte es sein altes Radio dabei. Der Mann trug das Ding zärtlich besorgt wie ein krankes Erstgeborenes. Die freundliche Kollegin an der Info sagte den beiden, daß sie keine Mechanikerin sei und deshalb nicht sagen könne, was dem Radio fehle. Daß ein Kostenvoranschlag 30 Euro koste. Die beiden wollten gerade das Formular dafür unterschreiben, als nicht ganz zufällig mein Bruder mit geblähten Segeln vorbeischipperte. Er sagte: „Ich bin auch kein Mechaniker, aber darf ich mir ihr schönes altes Radio mal kurz anschauen?“ Der Mann überreichte ihm das Ding wie man einen Täufling dem Priester übergibt. Mein Bruder stöpselte das Kabel ein. Totenstille. Er sagte: „Es ist nicht das Summen oder Knacken vom Strom zu hören. Das heißt, mit hoher Wahrscheinlichkeit ist das Netzteil kaputt. Und Netzteile sind teuer. Der Kostenvoranschlag kostet ja auch schon 30 Euro und dauert sicher zwei, drei Tage. Drüben habe ich ein wunderbares neues Radio bereits für 45 Euro stehen. Dann müssen Sie heute Abend nicht im Stillen sitzen. Und verpassen keine einzige Ihrer Lieblingssendungen.“ Die Frau hatte Tränen der Dankbarkeit in den Augen. Der Mann strahlte. Sie kauften. Sie gingen. Sie merkten sich den Namen vom Schuster. Sie kommen seither immer wieder. Sie kommen bei Regen und Sturm. Und tragen ihren Lebensumsatz zum Schuster (30 000 Euro im Schnitt), der sich für die Provision bedankt. Das alles verstehe ich.

Was ich absolut nicht verstehe: Warum schaffen das nicht alle Verkäufer? Und was ich noch viel weniger verstehe: Warum schaffen es Verkaufs- und Vertriebsleiter nicht, ihre Verkäufer dazu zu bringen? Warum wollen die keine traumhaften Umsätze machen? Warum wollen sie lieber über die schlechte Konsumkonjunktur jammern?

Weil sie es einfach nicht kapieren: Wer Kunden wie Kunden behandelt, wird bestraft. Mit schlechtem Umsatz und mit Respektlosigkeit. Jeder normale Verkäufer beklagt sich doch, daß die Kunden ihn wie einen Verbrecher behandeln. Geschieht ihm grad recht. Wer Kunden wie Kunden behandelt, ist einer. Mein Bruder behandelt Kunden wie Menschen und das danken sie ihm. Mit phantastischem Umsatz. Und mit dem größtmöglichen Respekt. Wer Menschen wie Menschen behandelt, macht den besseren Umsatz. Aber dazu muß man selber erst mal ein Mensch sein. Das ist, glaube ich, das Beste, was ich über meinen Bruder sagen kann.