



Der Möbelhandel braucht jetzt echte Helden!

8 von 10 Besuchern in Ihrem Möbelhaus wünschen keine Beratung!

Haben Sie auch den Satz des Kunden schon einmal gehört: „Wir wollen uns nur einmal anschauen“?

In der Vergangenheit hat man versucht, den Kunden durch geschickte Fragetechnik dazu zu bewegen, mit dem Berater durch die Ausstellung zu gehen, was auch in der Vergangenheit sehr gut funktionierte.

Früher war es ein TREUER Kunde, heute ist es ein INFORMIERTER Kunde und morgen wird es ein... Dazu kommen wir in der nächsten Ausgabe!

Der Besucher eines Möbelhauses wird immer sensibler. Gepaart mit der Information, die er sich über die neuen Medien besorgt, änderte er sein Verhalten, ohne dass es vielen Möbelhäusern aufgefallen wäre. Doch allen fällt die daraus resultierende Kontaktaufnahme so schwer.

Wir haben versucht, eine Erklärung

für das veränderte scheue, abweisende Verhalten der Besucher in Möbelhäusern zu finden.

Auch wenn sehr oft die Rede von dem Zukunftsmenschen ist, fallen wir beim Betreten eines Möbelhauses instinktiv in die Steinzeit zurück. Wie die Kollegen in der Steinzeit, wenn sie ein unbekanntes Gebiet oder Höhle betraten, steigt die Herzfrequenz, die Achtsamkeit nimmt zu. Alle Sinne sind bereit zur Flucht! Der Besucher hat Stress.

Genau in diesem Augenblick kommt der provisionsentlohnte Berater mit einem breiten Grinsen und ausgebreiteten Armen auf Sie zu: „Was suchen sie?“, „Kann ich ihnen helfen?“, usw.

Hier kickt der menschliche Überlebensinstinkt ein und manche Besucher ziehen sogar als Schutz die Arme nach oben, mit den Handflächen Richtung Berater, um einen möglichen Angriff abzuwehren.

Lesen Sie weiter auf Seite 2...

Inhalt

Der Möbelhandel braucht jetzt echte Helden!

Titelstory von Markus Neumann
Seite 1 - Seite 3

7 Merkmale eines kundenorientierten Möbelhauses

Tun Sie alles, damit sich Ihre Kunden bei Ihnen wohlfühlen?
Seite 3

Lassen Sie sich fördern

Wie Sie bis zu 75 % der Seminarkosten sparen
Seite 3

Aufgelesen

Kleiner Schwertransport
Seite 4

Vorstellung

Frisch zum Helden berufen
Seite 4

Los geht's!

Selbst zum Helden werden
Seite 4

Impressum

Alle Daten auf einen Blick
Seite 4

...Fortsetzung von Seite 1:

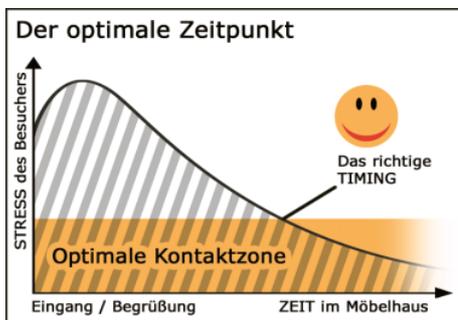
Trainer, die mit Tieren arbeiten, wie z. B. Hunden oder Pferden, arbeiten erst mit dem Tier, wenn es keinen Stress mehr hat, weil es sonst zu gefährlich ist.

Das sollte auch im Möbelhaus so geschehen. Das veränderte Besucherverhalten bedeutet seit Jahren für viele Möbelhäuser eine stetig sinkende Zahl an Kontakten in der Ausstellung.

3 Fehler Ihrer Berater, die Sie als Möbelhaus tausende von Euro am Tag an Umsatz kosten:

1. Falscher Zeitpunkt der Begrüßung/Ansprache des Besuchers

Viele Möbelhäuser machen aufgrund der vergangenen guten Zeiten keinen Unterschied mehr zwischen BEGRÜSSUNG und KONTAKTAUFNAHME. Die folgende Grafik zeigt Ihnen die Stresssituation beim Besuch im Möbelhaus:



Erfolgt beim Betreten eine freundliche Begrüßung, also das Nennen der Tageszeit „Guten Morgen, Tag, Abend...“, dann reduziert sich der Stress des Besuchers. Stress wird zudem durch Bewegung abgebaut.

Je länger der Besucher jetzt durch die Ausstellung geht, desto schneller kommt er in die Zone, in der er für eine Kontaktaufnahme bereit ist. Hier ist das richtige Timing erforderlich. Jedes Möbelhaus und wiederum jede Abteilung hat eine Kontaktzone, in der es viel leichter für den Berater ist, einen Besucher anzusprechen, da er nun stressfrei ist.

Finden Sie den richtigen Zeitpunkt und Ort der Kontaktaufnahme in

ihrem Möbelhaus heraus und steigern Sie so Ihre Kontaktzahl!

2. Falsche und alte Kommunikation mit dem Besucher

Der Möbelkunde hat sich in der Vergangenheit sehr viel gefallen lassen und die gewaltigen Umsätze haben viele Fehler der Berater versteckt. Damals waren Möbel ein Bedarfsprodukt, heute ist es ein Luxusprodukt geworden. Somit war auch die Kommunikation zwischen Berater und Besucher einfacher und zielorientierter.

Das Überraschende ist, dass es immer noch Berater gibt, die ihren 20 - 30 Jahre alten Satz für die Kontaktaufnahme mit dem Besucher verwenden und sich dann fragen, woran es denn liegt, dass der Besucher immer nur schauen möchte!? Das sind nicht die Helden, die wir suchen!

Wie so oft im Leben gibt es nicht den idealen Satz oder Frage zur Kontaktaufnahme, doch gibt es drei, die etwas besser sind und seit Jahren sehr gut funktionieren (Siehe Boxen unten).

Aber den absoluten Hit habe ich persönlich bei einem Testkauf erlebt: Die Verkäuferin in der Polstermöbelabteilung war gerade im Gespräch mit ihrer Kollegin, sah mich, und da jeder Besucher laut Chef ja angesprochen werden muss, kam sie einige Schritte auf mich zu und sagte: „Sie kommen allein zu Recht, Nö?!“

„Nö“ ist ein auf die Zunge gelegtes JA und sollte mich davon abhalten, sie und ihre Kollegin in ihrem Gespräch zu stören.

Kontaktaufnahme-Tops

- „Wonach möchten Sie sich umschauen?“
- „Wofür interessieren Sie sich?“
- „Worüber möchten Sie sich informieren?“

Wissen Sie, wie man solch ein Verhalten bei Beratern nennt? Arbeitsverweigerung. Achten sie mal darauf, was Ihre Berater fragen.

3. Eine unbewusste furchterregende Körpersprache

Viele Berater sind sich ihrer Körpersprache nicht bewusst, die auf Besucher sehr oft furchterregend wirkt, was dann sofort den Fluchtinstinkt und eine abwehrende Körperhaltung des Besuchers zur Folge hat.

Haben sie sich mal gefragt, warum in der Ausstellung arbeitende Hauschreiner sehr oft von Besuchern angesprochen werden?

68 % kommunizieren wir nonverbal, nur über die Körpersprache. Diese richtige Kontakt-Kommunikation können wir bei den Pferden lernen.

Pferde kommunizieren seit Jahrhunderten nur über Körpersprache.

Das Pferd ist eines der ältesten Lebewesen auf unserer Erde. Pferde sind von Natur aus Führer oder Geführte und daher Spezialisten auf dem Gebiet der Menschenkenntnis.

Wenn Sie sich einem Pferd nähern, ist es wichtig, dass Sie nicht als Raubtier erscheinen, das angreifen möchte.

Die Körpersprache vieler Berater gleicht der eines angriffslustigen Raubtieres, was den Besucher wieder instinktiv zur Flucht bewegt.

Lesen Sie weiter auf Seite 3...

Kontaktaufnahme-Flops

- „Wie kann ich Ihnen helfen?“
- „Was kann ich für Sie tun?“
- „Suchen Sie was Bestimmtes?“

...Fortsetzung von Seite 2:

Wie sollte die optimale Körpersprache nun aussehen?

Weniger ist mehr! In einem Möbelhaus hat ein erfahrener Berater nach diesem Seminar sein Kontaktverhalten komplett verändert. Er nahm ab diesem Zeitpunkt einen leichten Bistrostuhl unter den Arm. Immer, wenn ein Besucher in ca. 10 - 20 m in der Ausstellung zu sehen war, positionierte er sich mit seinem nun umgedrehten Stuhl und fing an, an dem Stuhl zu „arbeiten“, als ob er ihn reparierte, kontolierte, usw.

Seine Körperhaltung war gebückt, beide Arme waren am Körper und er war absolut desinteressiert dem Kunden gegenüber. Das Besucherverhalten veränderte sich schlagartig, weil keine Gefahr drohte! Die Besucher kamen regelmäßig auf ihn zu und fragten immer das Gleiche:

„Arbeiten sie hier?“. Daraufhin antwortet er: „Ich bin gleich bei Ihnen, Moment noch!“

Nun haben wir wieder die gleiche Situation, wie sie vor 20 Jahren normal war: Der Besucher möchte Beratung!

Das ist ein echter Held im Möbelhandel - ein Berater, der die Kontaktaufnahme für sich neu erfunden hat!

Erleben Sie, wie Kunden Ihre Berater in der Ausstellung regelmäßig ansprechen und beraten werden möchten, nur aufgrund einer veränderten Kontaktaufnahme.

Steigern Sie ganz NATÜRLICH und INSTINKTIV die Anzahl und die Qualität ihrer Kontakte in der Ausstellung!

Ihr
Markus Neumann.

Bis zu 75 % der Seminar-kosten einfach einsparen!

Das Förderprogramm WeGebAU der Agentur für Arbeit

Was ist eigentlich „WeGebAU“? Weiterbildung liegt in den Händen der Unternehmen und Beschäftigten selbst. Lebenslanges Lernen und die ständige Qualifizierung von Arbeitnehmern ist heute wichtiger als je zuvor, denn Erfolg am Arbeitsmarkt wird maßgeblich von der Qualifikation bestimmt. Gerade gering qualifizierte und ältere Arbeitnehmer beteiligen sich nur selten an Weiterbildungsmaßnahmen und stellen daher ein Risiko für Arbeitgeber und für die eigene Arbeitsplatzsicherheit dar.

Das Förderprogramm WeGebAU ist eine Initiative zur Weiterbildung von der Agentur für Arbeit. „WeGebAU“ steht dabei für „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen“.

Seit 2006 gibt es die geförderte berufliche Weiterbildung für gering-

qualifizierte und ältere Arbeitnehmer (über 45 Jahre) in Unternehmen, seit 2009 im Rahmen des Konjunkturpaketes II auch für qualifizierte und jüngere Arbeitnehmer.

Das Erfolgseminar im Möbelhandel Saleslearning möbel

„Fachkraft für Kundenmanagement im Möbelhandel“ ist die einzige zertifizierte Weiterbildung im Möbelhandel, die aufgrund ihrer Qualität bis zu 75 % staatlich gefördert wird. Die Weiterbildung umfasst insgesamt 16 Tage innerhalb eines Jahres inkl. schriftlicher Abschlussprüfung.

Anerkannt ist diese praxisorientierte Weiterbildung von der GZQ (Gesellschaft für Qualitätsmanagement-Systeme) der Bundesagentur für Arbeit.

Wir informieren Sie gerne über diese Möglichkeit der Mitarbeiterförderung für Ihrem Unternehmen.

7 Merkmale eines kundenorientierten Möbelhauses

- 1 Das Haus zeigt innen und außen eine „persönliche Note“. Es herrscht eine Mischung aus Freundlichkeit und Eleganz.
- 2 Das Streben nach Perfektion ist in allen Bereichen oberstes Ziel. Nur so können die Erwartungen der Kunden übertroffen werden. Das wissen auch alle Mitarbeiter!



Markus Neumann

- 3 Ihre Mitarbeiter haben Spaß an ihrer Arbeit. Alle sind entsprechend ihren Fähigkeiten, die ständig ausgebaut werden, eingesetzt.
- 4 Ihre Mitarbeiter kennen die Motivation der unterschiedlichsten Kunden und sprechen deren Sprache. Die Wünsche und der Geschmack der Kunden sind zu erkennen.
- 5 In ihrem Haus verspürt man Harmonie und Geborgenheit. Kunden jeglicher Herkunft fühlen sich bei Ihnen sofort wohl.
- 6 Sie sind mit der Leistung Ihres Hauses erst zufrieden, wenn der Kunde zurück kommt und sich eine freundschaftliche Beziehung entwickelt. Sie wissen, dass nur „Wiederkommer“ Ihre wirtschaftliche Zukunft sichern.
- 7 Die Führungskräfte vermitteln den Mitarbeitern Motivation und Begeisterung am Kundenservice, auch in stressigen Situationen. Alle Mitarbeiter versprühen merkbar den Stolz, Teil des Erfolges zu sein.

Aufgelesen



Rhein-Zeitung, 05.12.2012:
„Nehmen Sie die komplette Garnitur doch gleich mit“, sagte offenbar der Möbelberater zu seinem Kunden. Die Polizei stoppte den Fahrer des PKW, der die vollständige Sitzgarnitur in und auf seinem Fahrzeug verschnürt transportierte...

Impressum

Saleslearning möbel

Markus Neumann
Sesterbachstraße 1
56759 Leienkaul
Tel.: 0 26 53 - 91 26 75
Fax: 0 26 53 - 91 26 76
info@saleslearning-moebel.de
www.saleslearning-moebel.de

Redaktion, V.i.S.d.P.:

Markus Neumann,
(Anschrift wie oben)

Aktuelle Ausgabe

Zum Downloaden:

Sie können die jeweils aktuelle Ausgabe des „erfolgsreports“ auf unserer Website www.saleslearning-moebel.de herunterladen:



Frisch zum Helden berufen

In den letzten 15 Monaten haben einige Berater aus verschiedenen Möbelhäusern die anerkannte Weiterbildung zur "Fachkraft für Kundenmanagement im Möbelhandel" mit großem Erfolg bestanden.

Stellvertretend für eine Vielzahl neuer Helden im Möbelhandel, hier eine kleine Auswahl erfolgreicher Absolventen. Herzlichen Glückwunsch zur bestandenen Abschlussprüfung!



Siska Levering und ihr Team vom Penzberger Möbelhaus

„Herr Neumann ist einer der erfahrensten Trainer in der Möbelbranche.“



Möbelzentrum Sonneberg

„Der Unterschied zu anderen Trainern ist, bei Herrn Neumann steht der Mensch als Kunde und Berater im Mittelpunkt.“



Erfolgreiche Fachkräfte für Kundenmanagement im Möbelhandel: Frau Balzer und Frau Gensheimer von "Möbel May", Neuwied und Mayen



Das Verkaufsteam von "Bono Haus der Wohnideen" in Göttingen mit Hausleiter Herr Casten (links im Bild)

Jetzt selbst zum Helden im Möbelhandel werden!

Wie Berater zu Helden im Möbelhandel werden, für Umsatz kämpfen und mit Geschick und Kraft viele Situationen meistern...

Dieses und vieles mehr erfahren sie auf unserer Internetseite unter:

www.saleslearning-moebel.de - denn Sie wissen ja: Möbel verkauft man heute SREDNVA

