

MZE/2HK Eventtag auf der Heimtextil 2011

Wege aus der Kompetenzfalle

Um den hohen Ansprüchen moderner Kunden gerecht zu werden, brauchen Raumausstatter Beratungskompetenz. Auf dem Eventtag der 2HK auf der Heimtextil erfuhren die Besucher, wie umfassende Beratung zum Erfolg führt.

Im Zeichen ganzheitlicher Wohnberatung stand der Eventtag der Handel und Handwerker Kooperation 2HK, Unternehmensbereich der MZE (Möbe Zentral Einkauf), auf der Heimtextil 2011. Als Referent stellte der Unternehmensberater Alexander Verweyen in seinem Vortrag provozierende Thesen und Argumente vor. Sein Credo: Ganzheitliche Wohnberatung zu verkaufen, ist der entscheidende Bau-

stein, ein Unternehmen zukunftsfähig am Markt zu positionieren.

„Wir möchten Sie motivieren, umzudenken und neue Wege zu gehen“, begrüßte Peter J. Schroeder, Projektleiter 2HK und Moderator des Eventtages, die zahlreichen Zuhörer im Deco-Team-Forum auf der Messe. „Sie als Raumausstatter können mehr, als das klassische Handwerk zu vertreten. Sie sind Profis in der



Unternehmensberater Alexander Verweyen gab Tipps rund um Kundenberatung.

So geht's Tipps zum ganzheitlichen Beraten

Mutig sein und Vertrauen schaffen

These 1: Antennen entwickeln. Gewinnen Sie Spaß an der ganzheitlichen Beratung, besuchen Sie Seminare zum Thema.

These 2: Kunden aus Misere helfen. Viele Menschen leben nicht in der Einrichtung, die sie sich wünschen, sind aber nicht in der Lage, dies zu ändern. Einrichter verfügen über Kreativität und Geschmack. Geben Sie Ihren Kunden Sicherheit und Unterstützung. Bieten Sie unerwartete Zusatzleistung mit an.

These 3: Selbstvertrauen und Mut entwickeln.

Trauen Sie sich, nutzen Sie die Unterstützung von Partnern wie der MZE/2HK.

These 4: Kunden ganzheitlich wahrnehmen.

Schauen Sie genau hin und lesen Sie die Lebensgewohnheiten, Umstände und das Umfeld Ihrer Kunden.

These 5: Fragen stellen, die tiefer gehen.

Wie kam es zur heutigen Einrichtung? Inwieweit hat sich Lebenssituation geändert? Wie wichtig ist Ihnen Gemütlichkeit? Wie sieht ein typischer Tag aus? Stellen Sie W-Fragen!

These 6: Einen etwas anderen Verkaufsdialo g führen. Fangen Sie an, Beispiele, Referenzen, und Bilder zu zeigen aus erfolgreichen Realisationen. Führen Sie diese immer bei sich.

These 7: Ganzheitliche Wohnberatung schlüssig argumentieren.

Sie haben die Argumente auf Ihrer Seite: Ganzheitliche Wohnberatung bietet ein durchgängiges Konzept, Stilsicherheit, keine Fehlinvestitionen, Kostentransparenz, u.v.m.

These 8: Vertrauen gewinnen.

Stellen Sie Ehrlichkeit und Verlässlichkeit in den Vordergrund. Gutes Auftreten und Etikette wirken.

These 9: Andere Wege in Ihrer Präsentation einschlagen.

Schauen Sie sich Best-Practice-Beispiele an, signalisieren Sie Kompetenz in Ihrer gesamten Unternehmenskommunikation.

Beratung und der ganzheitlichen Wohngestaltung, dabei stehen wir Ihnen zur Seite.“

Laut Alexander Verweyen betrifft ganzheitliche Wohnberatung die Wohn- und Lebenssituation des Kunden vom Keller bis zum Dachboden. „Sie wird von Stil, Kultur, Gewohnheiten, Alter, Haushaltsgröße, Budget, Interessen, finanzieller Situation, Ambiente und Geschmack beeinflusst.“ Auch Trends wirken auf die Lebenswelt der Kunden ein, so etwa Digitalisierung, Technologie, Globalisierung, Umwelt, Feminisierung, Konjunktur, Gesundheit und Beauty. „Der Bereich der Technologie hat massive Auswirkung auf die Einrichtung“, machte Verweyen deutlich, „beschäftigen Sie sich mit Trends!“ Wichtig sei auch, sich auf den modernen Kunden und seine hohen Ansprüche einzustellen. Kunden heute sind smart: selbstbewusst, markenbe-

wusst, aufgeklärt, rabattfordernd und zum Teil auch etwas taktlos. Mit vielen Bedenken der Einrichter, ganzheitlich zu beraten und zu verkaufen, räumte Verweyen auf, etwa mit dem Argument: „Wenn der Kunde nur Vorhänge erneuern will, kann ich nicht das komplette Wohnzimmer anbieten.“ Oder: „Verlagere ich den Schwerpunkt, verliere ich Kunden.“ Sein Rat: „Signalisieren Sie Kompetenz, steigen Sie sukzessive ins Thema ein, suchen Sie sich Netzwerkpartner, nehmen Sie sich für diesen Weg unbedingt Zeit.“ „Ihre Kunden sind schon da“, machte Verweyen Mut, „Sie müssen sie nur ganzheitlicher wahrnehmen.“ Insbesondere im gehobenen Bereich bestehe ein großer Bedarf nach Rundumservice. Anschließend nannte er neun Thesen und Argumente auf dem Weg zum ganzheitlichen Wohnberater (siehe Kasten). ■