

Bestimmt kennen Sie das: Sie möchten eine Hose kaufen, betreten voll Vorfreude die Boutique. Da schallt es Ihnen auch schon unwirsch entgegen: „Wir schließen aber gleich!“ Bei uns ist der Kunde König – mit diesem Slogan werben viele Firmen. Die Wirklichkeit sieht leider oft anders aus. So ergab eine Umfrage unter 40.000 Ver-

brauchern (siehe Grafik): In Sachen Service wird noch längst nicht genug getan.

„Das muss sich ändern“, beschloss Natalie Mai (32) aus Köln – und gründete Deutschlands erste „Akademie für Freundlichkeit“. „Ich hatte es satt, von schlecht gelauntem Personal bedient zu werden“, erzählt die Diplompsychologin. „Andererseits hörte

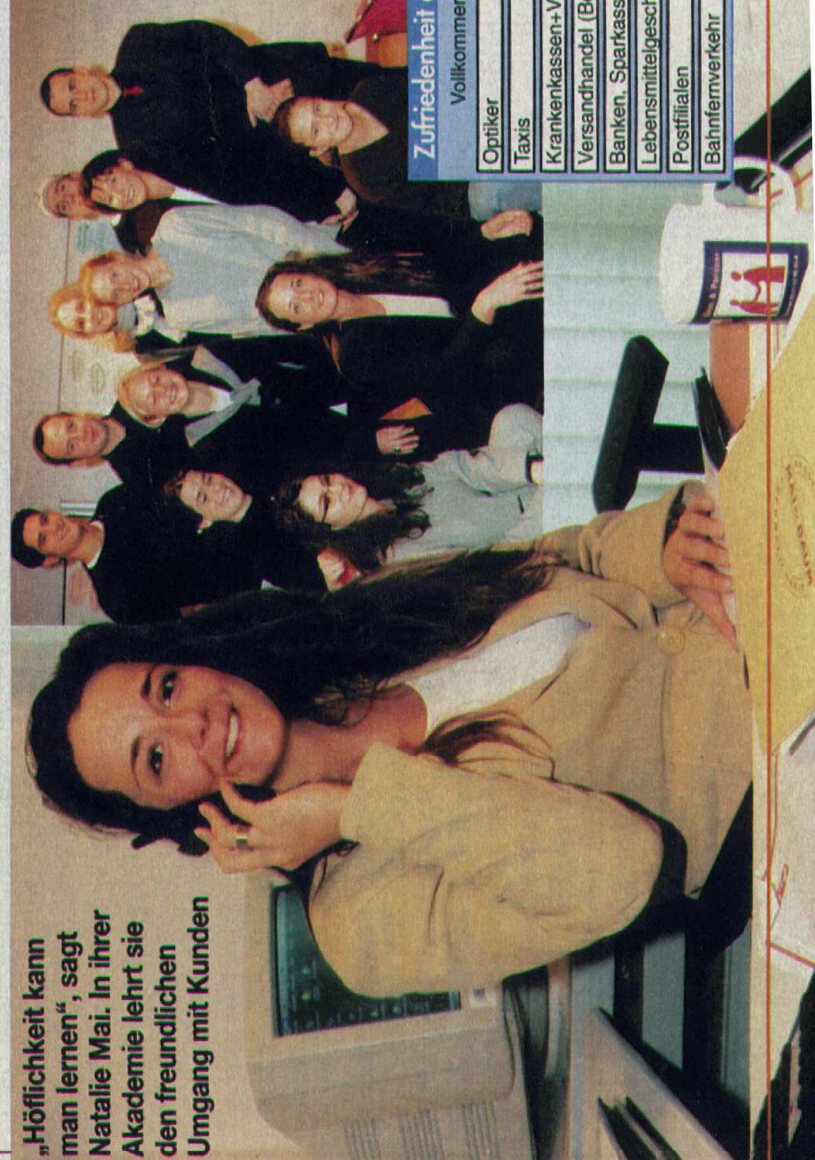
ich aber auch die Klagen überforderter Verkäuferinnen. Dabei ist Höflichkeit reine Übungssache“, weiß die junge Frau, die zuvor eine Promotion-Service-Agentur besaß. „Wir hatten unsere Mitarbeiter so auf freundliches Benehmen trainiert, dass sie uns dauernd abgeworben wurden.“

Und damit war die Idee für die Lächel-Akademie ge-

Natalie Mai macht Kunden wieder zum König

Der Konkurrenz um ein Lächeln voraus

„Höflichkeit kann man lernen“, sagt Natalie Mai. In ihrer Akademie lehrt sie den freundlichen Umgang mit Kunden



boren. Seither ließen viele namhafte Unternehmen (unter anderem die Post), Hotels, Firmen und Banken ihr Personal von ihr schulen.

„Wir fangen mit wichtigen Grundlagen der Höflichkeit an. Also kein Kaugummi kauen, den Kunden zuerst grüßen. Auch wenn er mürrisch ist, höflich bleiben und nie einen Streit riskieren.“ Ärger-Sätze wie: „Ich kann jetzt nicht“, „Das gibt's hier nicht“, „Ich bin nur Angestellte“ sind tabu. „Wenn eine Kundin sich nicht entscheidet kann, darf die Verkäuferin nie nörgeln, sondern muss sie weiter ausgedacht höflich beraten.“

In Seminaren und Rollenspielen werden die Teilnehmer gezielt auf Stress-Situationen vorbereitet. „Ich lehne mechanische Höflichkeit, wie sie in den USA üblich ist, ab. Bei mir lernt jeder, freundlich zu sein und ganz natürlich zu lachen.“

Die Firmen sind begeistert. Kein Wunder: Gutes Personal sorgt auch für bessere Umsätze.

Zufriedenheit deutscher Kunden (Noten von 1–5)

