

Weiterbildung

Lehrfach Freundlichkeit

Die Kölner Akademie für Freundlichkeit trainiert Mitarbeiter und Führungskräfte in professioneller Kundenfreundlichkeit.

Professionelle Freundlichkeit als Fortbildungsseminar – diese etwas ungewöhnliche Schulungsmaßnahme wird gleich von zwei Instituten in Köln angeboten. Der Bedarf ist zweifelsohne da, wie Natalie Mai, Gründerin der Akademie für Freundlichkeit, Köln, erkannt hat. Das 1999 gegründete Institut arbeitet Branchen übergreifend und zählt neben Banken auch Mitarbeiter von Real-SB-Warenhäusern, Media Saturn und Obi-Baumärkten zu seinen Kunden.

Freundlichkeit der Mitarbeiter – das steht auch im Handel immer ganz oben auf der Wunschliste der Verbraucher. Wer hier als Einzelhändler punkten kann, verfügt über einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Im Alltag bleibt die Freundlichkeit dem Kunden gegenüber allerdings aus unterschiedlichsten Gründen oft auf der Strecke. Desinteresse und Ablehnung, mangelnde Hilfsbereitschaft, zu wenig Flexibilität und fehlende Kompetenz im Kundenumgang sind immer wiederkehrende Service-Sünden.

Standards ohne „Killerphrasen“

Aber lässt sich eine Freundlichkeit, die nicht von den meisten Verbrauchern sofort als Masche der Verkaufsförderung entlarvt und abgelehnt wird, tatsächlich in einem Seminar erlernen? Natalie Mai meint, ja. Sie will ihr Seminarangebot aber keinesfalls als Erziehungsmaßnahme oder gar Nachsitzen wegen

*Natalie Mai,
Gründerin der
Akademie für
Freundlichkeit
in Köln.*



schlechter Leistungen in Kundenfreundlichkeit verstanden wissen, sondern als Hilfe zur Selbsthilfe für die Mitarbeiter. „Worin sich Freundlichkeit äußert und wie freundliches Verhalten auf den Kunden wirkt, weiß im Prinzip jeder“, erklärt die Diplom-Psychologin. Ihr geht es darum, dass sich die Teilnehmer ihr Verhalten bewusst machen und lernen, mit stressigen Alltagssituationen besser umzugehen. „Stressbewältigung und souveränes Auftreten stehen bei den Seminaren eindeutig im Vordergrund“, betont Natalie Mai. Dazu zählt es, so genannte „Killerphrasen“ wie „Weiß ich nicht“, „geht jetzt nicht“, „haben wir nicht“ dem Kunden gegenüber zu vermeiden und bestimmte Freundlichkeitsstandards zu erarbeiten. Dazu gehört aber auch, Techniken zu erproben: Wie signalisiert man dem Kunden, dass man sein Anliegen ernst

nimmt? Wie beruhigt man aggressiv auftretende Kunden? Und – vor allem – wie schafft man es, sich nicht persönlich angegriffen zu fühlen?

Die Kunden ausreden lassen und Reklamationen nicht als persönliche Kritik, sondern als Chance zu begreifen, das fällt den Mitarbeitern im Kundengespräch häufig schwer. Hier setzen die Schulungen mit Rollenspielen und einem Training der Körpersprache an. Nach mehreren Wochen praktischer Einübung am Arbeitsplatz dient ein zweiter Seminartag dem Erfahrungsaustausch sowie der Erprobung und Vertiefung des Gelernten.

Verbesserung des Arbeitsklimas

Gefördert werden sollen mit den Schulungen darüber hinaus das Selbstbewusstsein des Einzelnen und eine positivere Einstellung zur eigenen Arbeit. Und auch die Teamentwicklung gehört zu den Zielen, die sich die Akademie für Freundlichkeit gesteckt hat. Damit ist die Freundlichkeit unter Kollegen gemeint, die mit konstruktiver Kritik, Lob und gegenseitiger Anerkennung ein gutes Arbeitsklima schafft und zur Motivation beiträgt.

Bis zu zwölf Mitarbeiter können an den zumeist bei den Unternehmen stattfindenden Seminaren teilnehmen. Daneben ist auch das Coaching am Arbeitsplatz möglich. Zudem werden offene Seminare für Interessierte aller Branchen sowie ein Fernlehrgang mit schriftlichem und praktischem Teil angeboten.

Ansatzpunkte für gezielte Trainingskonzepte von Betriebsangehörigen können auch vorherige Bestandsaufnahmen im eigenen Unternehmen liefern. Dazu führt der Kooperationspartner Shopcontrol Testkäufe und Kundenbefragungen in dem betreffenden Betrieb durch. Zugleich ist über Shopcontrol auch eine Erfolgskontrolle möglich.

Weitere Informationen: Akademie für Freundlichkeit, Köln, Telefon: 0221/9320383.