

Freundlichkeitstraining

Akademie trimmt Verkaufspersonal auf gute Laune

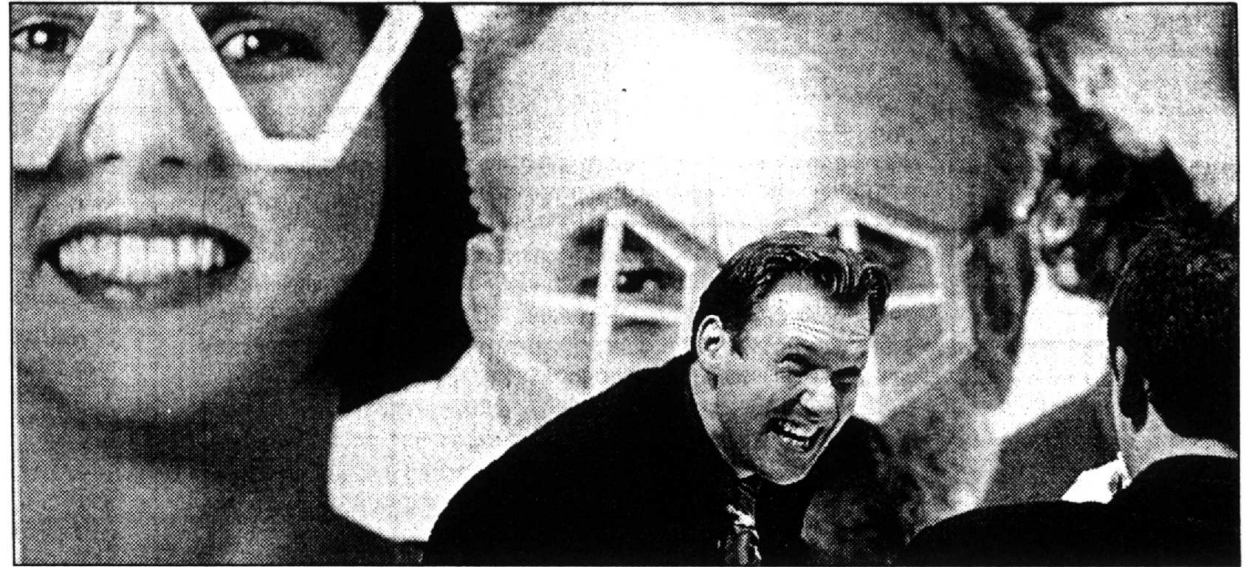
Freitagabend, kurz vor Ladenschluss. Vor fast jeder Käsetheke, an beinahe jedem Wurststand und ganz gewiss an jeder Ladenkasse spielen sich unschöne Szenen ab. Jeder Einkaufende meint es eiliger als der andere zu haben, es wird geschubst, gedrängt und manchmal sogar gepöbelt. „Die Zahl aggressiver Kunden nimmt immer mehr zu“, klagen viele Mitarbeiter in den Verkaufs- und Serviceabteilungen des Einzelhandels. In der Regel sind sie es, die die Rüpeleien der Kunden auszuhalten haben. Nicht immer schaffen sie es. Langfristige Abhilfe zu verschaffen verspricht die „Akademie für Freundlichkeit“ in Köln: In Trainingsseminaren soll das Verkaufspersonal „positive Abgrenzung“ lernen – durch selbstbewusst freundliches Verhalten. Trainer helfen dabei, „den negativen Kreislauf der Unfreundlichkeit zu durchbrechen“. Unprofessionelle Bemühungen können näm-

lich durchaus ins Kontraproduktive umschlagen. Die Folge: Reizbarkeit, Arroganz, Aggressivität oder Rechthaberei. „Wem es selbst gut geht, der ist auch freundlich zu anderen“, meint Natalie Mai, Gründerin der Akademie für Freundlichkeit (www.einfach-freundlich.de). Mit Training sei jeder in der Lage, eine positive Lebenseinstellung zu schaffen und damit die Grundlage auch für ihren persönlichen Erfolg zu legen.

Mai: „Sie lernen, ihr Selbstwertgefühl aufzubauen, ohne dabei ‚Masken‘ aufzusetzen“. Von innen heraus gelebte Freundlichkeit führe unweigerlich zu dem Ergebnis, dass sich alle wohl fühlen: Kunden, Mitarbeiter und der Arbeitgeber – ein Wettbewerbsvor-

teil für jedes Unternehmen. Diplom-Psychologin Natalie Mai gründete die Akademie für Freundlichkeit (Mai & Partner ☎ 0221/93 20 38-3) im vergangenen Jahr. Seit dem klotzt die 31-Jährige an ihrem Institut für Verkaufsförderung, Personalbera-

tung und -training. Schon über 2000 Verkäufer wurden trainiert, seit Februar gibt es offene Seminare, im März erschien das Buch „30 Minuten für mehr Freundlichkeit im Kundenservice“ (Gabal Verlag) und im Mai fand der „Erste Freundlichkeitstag“ statt. chr



AGGRESSIONEN nützen weder dem Kunden noch dem Verkaufspersonal.

Foto:David Ausserhofer

Der Tagesspiegel 2.7.2000