



© frankie's / fotolia.com

# Sicherheitsfanatiker und Besserwisser

Wenn man über Kundentypen spricht, dann hat man schnell konkrete Vertreter diverser **Spezies** vor Auge. Wir stellen Ihnen die wichtigsten vor und erläutern, wie Sie am besten mit Ihnen umgehen.

**D**er sicherheitsorientierte Kunde ist meistens auch ein ängstlicher Mensch und insofern leicht zu erkennen: Wenn er beispielsweise in der Freiwahl vor einem Regal steht und sich ein Produkt daraus entnimmt, wird er mehr Zeit als andere damit verbringen, die Hinweise auf der Packung zu studieren.

Außerdem wird er die ganze Produktgruppe zu einem Thema miteinander vergleichen. Auch seine Körpersprache ist verräterisch. Seine Präsenz ist eher zurückhaltend und leicht verhuscht. Während er ein Produkt studiert, neigt er dazu, sich immer wieder mit der Hand nachdenklich ans Kinn zu fassen. Dasselbe gilt für das Gespräch. Außerdem braucht

er einen gewissen Freiraum – kommen Sie ihm also körperlich niemals zu nahe.

## **Unbedingt ernst nehmen!**

Im direkten Gespräch geht es zunächst darum, diesem Kunden Vertrauen und Sicherheit zu vermitteln. Hören Sie ihm erst einmal genau zu und vermitteln Sie ihm unbedingt das Gefühl, dass Sie ihn ernst neh-

men. Für ihn ist beispielsweise schon der leiseste Anflug einer Erkältung eine mittlere Katastrophe. Also: Spricht dieser Kundentyp davon, dass er ein leichtes Ziehen im Hals verspürt, dann dürfen Sie dieses Symptom keineswegs verharmlosen. Äußern Sie sich keineswegs in die Richtung, dass man das Problem schnell mit einigen Halspastillen in den Griff bekommen kann. Der richtige Gesprächsaufbau besteht vielmehr darin, den Kunden zu fragen, ob er noch andere Beschwerden hat. Selbst wenn er dies verneint, sollten Sie ihm erläutern, dass im Gefolge seines

Halswehs noch andere Symptome auftreten könnten. Raten Sie ihm, sich präventiv gegen diese zu wappnen.

Auch im Hinblick auf die Auswahl des Präparates sollten Sie dem sicherheitsorientierten Kunden Hinweise geben, die ihn beruhigen. Erwähnen Sie, dass diese oder jene Firma schon seit etlichen Jahren am Markt ist und einen renommierten Namen hat.

Der sicherheitsorientierte Kunde ist anstrengend und braucht Zeit. Die gute Nachricht dabei: Wenn Sie diesen Typus richtig behandeln, wird er leicht zu einem Stammkunden, der auch für Zusatzverkäufe recht offen ist, wenn er nicht sogar regelrecht danach giert.

**Der Besserwisser** Er tritt zwar energisch auf und steuert beispielsweise besonders zielstrebig auf Sie zu. Der Besserwisser ist egozentrisch und leicht aus der Ruhe zu bringen. In ihm ist eine Art Aufregungsbereitschaft angelegt, die nur auf einen Anlass lauert, um zu streiten. Im Grunde genommen ist der Besserwisser aber eine Person, die Anerkennung sucht und im tiefsten Inneren kein allzu großes Selbstbewusstsein hat. Es ist ja auch ein Paradoxon: Er weiß alles besser und möchte sich trotzdem von Ihnen beraten lassen. Wenn Sie den Besserwisser in der Freiwahl beobachten, werden Sie feststellen, dass er beinahe den Gegentypus zum sicherheitsorientierten darstellt: Das Regal mit den Nahrungsergänzungsmitteln kann noch so lang sein – der Besserwisser wird zügig ein ganz bestimmtes Mittel herausfischen und dabei eine kennerische Miene aufsetzen.

**Mit Gelassenheit begegnen** In einer Diskussion über pharmazeutische Themen wird er Ihnen niemals das Wasser

reichen können – trotzdem sollten Sie ihm im Gespräch so viel Raum geben, dass er die noch so krudeste These erst einmal ausführlich darlegen kann. Bleiben Sie gelassen und widersprechen Sie ihm so selten wie möglich. Es ist deutlich erfolgreicher ihn mit Gegenfragen in die Richtung zu führen, in die Sie ihn haben wollen. Etwa so: „Warum glauben Sie, dass die chemische Zusammensetzung dieses Arzneimittels mehr Nebenwirkungen hat, als auf der Packungsbeilage angegeben sind? Meinen Sie, wir hätten dazu eine Alternative?“ Selbst wenn der Besserwisser Ihnen ins Wort fällt, sollten Sie das nicht persönlich nehmen. Im Grunde genommen geht es um eine Art Rollenwechsel: Nicht Sie sollten allzu sehr als Expertin in Erscheinung treten, sondern eher der Besserwisser. Ein Trick, der besonders gut bei diesem Kunden ankommt: Spenden Sie Lob. Ein gut begründetes Lob gibt dem Besserwisser das Gefühl, endlich auf einen Menschen getroffen zu sein, der ihn versteht. Im Umkehrschluss wird er sich nach dieser für ihn positiven Erfahrung einen Tick leichter von Ihnen beraten lassen. Sie sollten es aber vermeiden, den kleinen Vorschuss nach dem Lob allzu lange auszunutzen. Platzieren Sie daher Ihre Empfehlung möglichst schnell und kurz. Danach können Sie dem Besserwisser gerne wieder die Hoheit über den Gesprächsverlauf zustehen. Da der Besserwisser häufig nicht so gut bei anderen Menschen ankommt und oft abfällig als Klugscheißer tituliert wird, können Sie ihn ebenfalls mit ein wenig Einfühlungsvermögen zum treuen Stammkunden machen. ■

Claus Ritzi,  
Pharmajournalist (wlv)

# Die Basica® Energie-Kur

## Aktiver Säureabbau – fühlbar mehr Energie



www.basica.de

### Ihre Empfehlung

**Basica® neutralisiert überschüssige Säure und sorgt für mehr Energie:**

- Bei **Müdigkeit und Erschöpfung**, weil aktiver Säureabbau den Energiestoffwechsel mobilisiert und so für Vitalität sorgt.
- Bei **Diäten und Fastenkuren**, weil aktiver Säureabbau den strapazierten Stoffwechsel entlastet und die Abnehmblockade löst.
- Bei **Hautproblemen**, weil aktiver Säureabbau das Bindegewebe entlastet und so die Struktur der Haut unterstützt.

Informationen für die Beratung anfordern:

Fax: 089 / 96 34 46

info@basica.de

**Basica®**