

Checkliste: So zahlt Ihr Kunde für Zusatzleistungen

Autor: Sybille Schikora

Immer auf der sicheren Seite

- ✔ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

So zahlt Ihr Kunde für Zusatzleistungen

Die richtige Kommunikationsstrategie beim Kunden entscheidet darüber, ob Handwerker zusätzliche Leistungen in einen konkreten Auftrag und somit in bares Geld umwandeln können. Für das Gespräch mit dem Kunden sollten Handwerksunternehmer folgende Punkte beachten.

Maßnahme	Erledigt	Notizen
Entgegenkommen zeigen. Handwerker sollten grundsätzlich Entgegenkommen zeigen. Die Kosten von kleinen Zusatzleistungen übernehmen sie am besten also auf eigene Kosten. Das stärkt die Kundenzufriedenheit. –Allerdings sollten Handwerker auch in Kulanzfällen klarstellen, dass es sich um eine Gefälligkeit handelt.	<input type="checkbox"/>	
Phrasen vermeiden. Kein Kunde gleicht dem anderen. Standardisierte Antworten sind daher auch in kniffligen Situationen fehl am Platz. Handwerker sollten besser situationsbezogen handeln und sich je nach Kundentyp mehrere Antwortalternativen zurechtlegen.	<input type="checkbox"/>	
Richtig zuhören. Manche Kunden wollen –lediglich, dass sich ein Fachmann ihres Problems annimmt oder sie darüber aufklärt, welche Möglichkeiten er hat. Handwerker sollten also genau zuhören, um passend auf eine Bitte zu reagieren. Vielleicht steckt hinter einem kleinen Ärgernis ein großer Auftrag.	<input type="checkbox"/>	
Auftrag eingrenzen. Monteure und Auszubildende können nicht immer allein entscheiden. Sie können aber alle wesentlichen Fakten beim Kunden erfragen, den potenziellen Auftrag dann eingrenzen und an den Meister weitergeben. Der muss dann schnellstmöglich beim Kunden anrufen. Damit ist der erste Schritt zum Auftrag bereits gemacht.	<input type="checkbox"/>	
Zeitraumen festhalten. Manche Probleme drängen nicht, sind den Kunden nicht so wichtig und sollen auch nicht zwingend behoben werden. Wenn Kunden sich nicht auf einen konkreten Zeitrahmen festlegen wollen, wird ein Angebot selten zum Auftrag.	<input type="checkbox"/>	