

# Die 11 häufigsten Kundentypen ... ... und was Sie über sie wissen sollten!

## Der Gutmütige

Da Professionalität für den Gutmütigen eine Grundvoraussetzung ist, wird dieser Typ Ihnen besonders durch seine zuvorkommende und aufgeschlossene Art auffallen. Als guter Zuhörer ist er was neue Produkte anbelangt sehr aufgeschlossen und interessiert, weiß aber auch genau, was er will. Kosten spielen für ihn nur eine untergeordnete Rolle, wenn er ernsthaft am Produkt interessiert ist. Überzeugen Sie den Gutmütigen mit Charme und Herzlichkeit und derselben Professionalität und Kompetenz, die er an den Tag legt. „Liebevoller Streicheleinheiten“ sind für ihn wichtig, da er Entscheidungen nach Sympathie trifft. Nur wenn er gut mit Ihnen kann, können Sie mit seinem Auftrag rechnen.

## Der Taktlose

Hände in den Hosentaschen, verkrampfter Gesichtsausdruck, lauter Auftritt – das sind die optischen Erkennungsmerkmale dieses Kundentyps. Machen Sie sich außerdem auf einen aggressiven Tonfall gefasst und gehen Sie davon aus, dass dieser mit Stimmungsschwankungen behafteter Machttyp erst einmal alles bezweifelt, in Frage stellt, Ihnen ein schlechtes Gewissen zu vermitteln versucht und Sie für seine Probleme verantwortlich macht. Er ist es gewohnt, dass andere vor ihm kuschen und genießt diese Rolle. Schlagen Sie den Taktlosen mit der Freundlichkeitswaffe Nr. 1: einem Lächeln. Bleiben Sie trotz

seiner „Provokationsversuche“ ruhig, argumentieren Sie freundlich und bestimmt und zeigen Sie ehrliche Anteilnahme an seinen Problemen. Wenn Sie ein Thema finden, für das er sich interessiert, haben Sie schon so gut wie gewonnen. Warten Sie ruhig ab, bis er sich von selbst öffnet und vermeiden Sie jeglichen Verkaufsdruck.

## Der Schweigsame

Wie der Name schon verrät wird es Ihnen dieser Gesprächspartner in Sachen Gedankenaustausch oder Diskussion eher schwer machen. Als sehr gebildetes, schlaues und erfahrenes Gegenüber hat er eine fundierte eigene Meinung und ein hohes Vertrauen in seine Urteilskraft. Daher spielt der berühmte erste Eindruck für den Schweigsamen eine genauso große Rolle wie eine anhaltende Bestätigung des selbigen. Er wird versuchen, Ihre Ehrlichkeit einzuschätzen – also bleiben Sie klar

### Abstract

„Der Kunde ist König“ – und jeder, der im täglichen Kundenkontakt steht, weiß, welch breit gefächerte Palette an „Königen“ einem Verkäufer tagtäglich begegnet. Doch auch Könige sind letzten Endes Menschen und haben ihre Eigenarten und Bedürfnisse. Doch wie erkennt man diese und geht zielgerichtet auf sie ein? Eine saubere Klassifizierung von Kunden kann hier helfen. FALKATUS hat die 11 häufigsten Kundentypen für Sie charakterisiert und erläutert Ihnen, woran Sie diese erkennen und wie Sie individuell und am erfolgreichsten auf jeden einzelnen eingehen.

und dezent in Ihrem Auftreten und tragen Sie bei Komplimenten nicht zu dick auf. Auch wenn dieser Kundentyp sein Selbstwertgefühl gerne gebauchpinselt weiß, empfindet er Unprofessionalität als persönliche Beleidigung. Trumpfen Sie mit Produkt-, Verfahrens- und Sozialkompetenz und überzeugen Sie durch nutzenorientierte Argumentationsketten.



>> **Der Gutmütige**



>> **Der Taktlose**



>> **Der Schweigsame**

#### sprachlicher Hinweis:

Wenn im vorliegenden Text nur die männliche Sprachform verwendet wird, so ist dies ein Zugeständnis an die Flüssigkeit der Sprache und die Lesbarkeit. Der Text ist geschlechtsneutral zu interpretieren und gemeint sind immer Frauen UND Männer.

### Der Besserwisser

Nicht nur, dass dieser Kundentyp alles besser weiß und dies sofort mitteilen möchte, er wird noch dazu im Verkaufsgespräch versuchen, die Gesprächsführung an sich zu reißen und große Monologe zu schwingen. Dass dies meist aus einem geringen Selbstwertgefühl heraus geschieht versucht er zu verdecken und wird deshalb auch erstmals Ihren Argumentationen gegenüber wenig aufgeschlossen sein.

Agieren Sie deshalb so, wie er es wahrscheinlich nicht erwarten würde und lassen Sie durch Vertrauen und Ernsthaftigkeit sein Schutzschild schmelzen. Stimmen Sie ihm zu, geben Sie ihm das Gefühl, als Fachmann in allen Fragen akzeptiert zu sein und bestätigen Sie seine Meinungen und sein Wissen, werden Sie aber nicht zum Ja-Sager. Ein selbstbewusst-kompetenter Widerstand findet auch beim Besserwisser Akzeptanz.

Ein kleiner Tipp zum Schluss: Ein gut dosiertes Lob kann Wunder wirken.

### Der Neugierige

Bereiten Sie sich seelisch und moralisch darauf vor, dass dieser Kundentyp Sie wissenstechnisch „ausziehen“ wird. Als geduldiger Zuhörer interessiert und begeistert er sich für alles Neue und will möglichst alle Informationen über das neue Produkt erhalten. Aufregung, Dynamik und Inszenierung sind seine Leidenschaft. Teilen Sie diese mit ihm und nehmen Sie ihm Produktmuster oder Schaustücke mit und begeistern Sie ihn mit Außergewöhnlichem von ihrem Leistungsangebot. Als Vorreiter vieler neuer Trends geht dieser Kundentyp gerne neue Wege und ist daher besonders aufgeschlossen für exklusive Informationen. Bringen Sie ihm diese!

### Der Gleichgültige

Durch seinen kühlen und teilnahmslosen Auftritt wirken die Umgangsformen dieses Kundentyps unhöflich und nicht selten arrogant. Um sein Gegenüber unter Druck zu setzen, schaut er immer wieder demonstrativ auf die Uhr. Doch hinter dem Desinteresse steckt ein hellwacher Verstand, der darauf wartet, Ungereimtheiten oder Widersprüche zu erkennen, um diese zum Gesprächsabschluss vorzutragen.

„Der Umgang mit Gleichgültigen ist schwieriger als der mit Andersdenkenden.“ Also versuchen Sie ihn aus seiner Gleichgültigkeit heraus zu reißen – am Besten mit Begeisterung. Wecken Sie immer wieder seine Neugier, kitzeln Sie ihn mit interessanten und spannenden Fakten, aber beachten Sie dabei, dass der Nutzen des Produkts auch wirklich einen Nutzen für ihn darstellen sollte. Sprechen Sie immer in kurzen, knappen Sätzen und stellen Sie klar die Vorteile heraus.

### Der Nein-Sager

Machen Sie sich darauf gefasst, dass der erste Satz dieses Kundentyps folgender sein wird: „Ich kann Ihnen gleich sagen, dass ich nichts kaufen werde.“ Er vertritt eine eindeutige Position, die er durch die Klarheit seiner Körpersprache noch verstärkt. Wahrscheinlich hat er im Laufe der Jahre ein Schutzschild um sich herum aufgebaut und geht daher im Gespräch immer erst in Opposition. Wichtig: Lassen Sie sich nicht abschrecken. Wie heißt es so schön – harte Schale, weicher Kern. Auch der Kern des Nein-Sagers ist „nur“ ein menschlicher und seine Abwehrhaltung ein Versteck seiner Schwächen. Im Grunde will er von Ihnen überzeugt werden – sonst würde er Ihnen nicht seine Zeit schenken. „Schenken“ Sie ihm nun noch exklusive Angebote oder Sonderkonditionen und Sie sind auf dem besten Weg, die harte



>> **Der Besserwisser**



>> **Der Neugierige**



>> **Der Gleichgültige**

„Kundenschale“ zu knacken. Verwenden Sie dabei Ihre ganze Kraft für die Begeisterung, sie wird sich allmählich auf seine Person übertragen. Bei der Nachbereitung des Termins können Sie diesem Kundentyp mit Hilfe eines „Dankeschön-Briefes“ absolute Begeisterung abgewinnen. Haben Sie erst sein Vertrauen, steht einer zukünftigen Geschäftsverbindung nichts mehr im Wege.

### Der Ängstliche

Ähnlich wie der Gleichgültige wird auch dieser Kundentyp beim Verkaufsgespräch mit Ihnen eine deutliche Abwehrhaltung einnehmen. Als reservierter Gesprächspartner hält er kaum einem Blick stand, vielmehr verbreitet er Nervosität und lässt seine Blicke unruhig im Raum hin und her wandern. Sein Schutzschild ist größer als das des Nein-Sagers bei direkten Worten oder Handlungen kann er sich schnell bedroht oder eingeschüchtert fühlen.

Das Leben des Ängstlichen ist von Übergenaugigkeit bestimmt. Pedantisch erledigt er seine Arbeit und erwartet dies auch von seinen Geschäftspartnern. Vorsicht! Es macht ihm Spaß, Ihre Fehler aufzudecken, egal ob es sich um wichtige oder für das Thema unwichtige Dinge handelt. Seine Schwäche: Er lässt sich leicht überreden. Da das „Ausnutzen“ einer Schwäche für eine langfristige Geschäftspartnerschaft weder professionell noch eine gute Voraussetzung ist, setzen Sie bei diesem Kundentypen auf Vertrauen. Bauen Sie vorsichtig sein Selbstbewusstsein auf, zeigen Sie ihm, dass Sie ein vertrauenswürdiger Gesprächspartner sind, nehmen Sie sich Zeit und vermitteln Sie ihm eine angenehme Atmosphäre. Achten Sie dabei ganz besonders auf die Signale seiner Körpersprache. Vermeiden Sie zu engen Körperkontakt, zu direkten Blickkontakt und loben Sie ihn, wenn er in Ihren Präsentationen vorher eingebaute kleine Fehler aufdeckt. (Kleine Fehler wird

er Ihnen nicht übel nehmen, denn er weiß ja, dass die Welt aus Fehlern besteht.) Wenn Sie ihm dann noch Informationsmaterial an die Hand geben und mit Sicherheiten und Garantieren auftrumpfen können, befinden Sie sich auf der Zielgerade!

### Der Ja-Sager

Lassen Sie sich vom ersten Eindruck dieses Kundentypen nicht täuschen – mit seiner Körpersprache signalisiert er etwas anderes, als er wirklich meint. Auch wenn er im Gespräch durch ständiges Kopfnicken scheinbar zustimmt, ärgert er sich eigentlich darüber, dass er sich überhaupt zu diesem Gespräch hat hinreißen lassen. Sie können davon ausgehen, dass er wie der Nein-Sager wild dazu entschlossen ist, nichts zu kaufen. Er vertritt die Ansicht, dass wenn er häufig zustimmt, das Gespräch schneller sein Ende findet.

Da Sie aber wissen, dass es sich bei diesem Kundentyp um einen Ja-Sager handelt, durchschauen Sie diese seine geheimen Gedanken. Provozieren Sie ihn! Stellen Sie ihm unterschiedliche offene Fragen, zu denen er sich Gedanken machen muss und verhindern Sie, dass er nur mit „Ja“ oder „Nein“ antwortet. Entführen Sie ihn aus seinem bekannten Muster in eine Diskussion. Sie können davon ausgehen, dass er als Freund gewonnen werden möchte. Doch dazu muss er erst die Gegnerschaft aufgeben. Helfen Sie ihm dabei!

### Der Schwätzer

Im Vergleich zum Schweigsamen ist der Redeschwall dieses Kundentyps kaum zu bremsen. Ständig vom Thema abschweifend wird er Ihnen beim Gespräch eher wenig Aufmerksamkeit schenken und mit Vorliebe private und geschäftliche Themen vermischen. Gut möglich, dass es ihm sogar gelingt, während des gesamten Termins unentwegt zu reden. Nehmen Sie sich die Zeit ihm zuzuhören, ihn zu loben und sich für seine



>> **Der Nein-Sager**



>> **Der Ängstliche**



>> **Der Ja-Sager**

Themen zu interessieren. Doch auch jeder Schwätzer braucht einmal eine Atempause - nutzen Sie diese, um den Gesprächseinstieg zu erlangen. Da Sie sich zuvor als guter Zuhörer erwiesen haben, wird er Sie reden lassen. Wichtig: Lassen Sie sich nicht unterbrechen.

(Wenn Sie ihn in seinem Redefluss gar nicht mehr stoppen können, geben Sie ihm Produktmuster, Schaubilder etc. Das lenkt ihn ab und Sie können Ihr Verkaufsgespräch fortsetzen.)

### **Der Schnäppchenjäger**

Als geübter Feilscher wird dieser Kundentyp Ihnen charmant und verschmitzt lächelnd gegenüber treten und Ihnen fast schüchtern erklären, dass ihm der Preis zu hoch ist und die Konkurrenz dasselbe Produkt preiswerter anbietet. Mit fast kindlicher Geduld wartet er auf eine Reaktion und erwartet, seine Preisvorstellung durchsetzen zu können.

Immer wieder kommt er während des Gesprächs auf den Preis zurück und hat auch keine Scheu, klar und unverblümt zu sagen, dass ihm der Preis zu hoch ist. Der Schnäppchenjäger kann durchaus auch energisch und verärgert wirken, wenn der Gesprächsverlauf nicht so ist, wie er ihn sich vorstellt. Lassen Sie sich davon aber nicht verunsichern. Versuchen Sie, die Preisverhandlungen abzublocken, falls Sie keinen Spielraum eingeplant haben. Unter Umständen können Sie sich die Preise der Konkurrenz auch zeigen lassen.

Ist es Ihnen möglich, Preisnachlässe zu gewähren, wird der Kunde beim nächsten Termin weitere Vergünstigungen verhandeln wollen – lassen Sie sich deshalb am besten gar nicht erst auf Preisverhandlungen ein. Erläutern Sie ihm sachlich und kompetent Ihr Angebot und stellen Sie den Kundennutzen in den Vordergrund. In ganz extremen Fällen verzichten Sie lieber auf den Kaufabschluss!

## 03.04



>> **Der Schwätzer**



>> **Der Schnäppchenjäger**

### **Call-to-Action**

Wenn Sie den Umgang mit Ihren Kunden optimieren möchten, sprechen Sie die Spezialisten von FALKATUS unter **+49 (0) 611 732267** an.

Sie helfen Ihnen bei diesem wichtigen Thema gerne weiter.