

IM GESPRÄCH MIT RAMONA LINK

Mitarbeitende begeistern oder: Wie kann ich die Herausforderungen im Einzelhandel als Chance nutzen?



Ramona, Du bist seit Jahren als Trainerin und Coach unterwegs. Was genau bietest Du Deinen Kundinnen und Kunden an?

Ramona Link: Mein Angebot beruht grundsätzlich auf drei Säulen: Verkaufstrainings, 1:1-Coachings und Teamcoachings – mehrheitlich mit dem Fokus auf den stationären Einzelhandel und Bäckereien. Bei den Verkaufstrainings geht es vor allem um die Kommunikation während der Verkaufsgespräche, um letztendlich die Kunden meiner Kundinnen zu begeistern und dass sie wieder ins Ladengeschäft zurückkommen. In den Coachings – in der Regel mit Führungspersonen – geht es um eine intensive Zusammenarbeit, mit dem Ziel erfolgreich in der eigenen Rolle zu sein und nachhaltig durch klare Kommunikation und achtsame Selbstführung den eigenen Einfluss im Unternehmen zu erhöhen. Die Teamcoachings, meine dritte Säule, haben zum Ziel, die Teammitglieder zu stärken, um so Organisationen zu schaffen, in denen Menschen wachsen oder sogar aufblühen können.

Wie kommt es, dass Du Dich auf das Segment Einzelhandel bzw. Bäckereien fokussierst?

Das resultiert aus meiner beruflichen Historie. Ich war jahrelang als Mitarbeiterin wie auch Führungsperson in Bäckereien und im Versandhandel tätig und habe für mich erkannt, was eine gute Dienstleistung ausmacht und was sie bei den Kundinnen und Kunden bewirken kann. Das ist dann ein Stück weit eine richtige Leidenschaft von mir geworden. Was genau zeichnet eine exzellente Dienstleistung oder einen perfekten Service aus? Und wie kann sich dabei auch die Verkaufsperson verändern und sogar wachsen?

»Alles, was wir im Verkaufsseminar lernen und besprechen, wird also auch direkt geübt, trainiert und reflektiert.«

Was genau erwartet mich in einem Verkaufstraining?

Die Trainings sind immer sehr individuell auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Was aber immer dazugehört, ist das Zusammenspiel aus Theorie und Praxis. D. h. neben dem theoretischen Input gehört in ein Verkaufstraining aus meiner Sicht immer auch das konkrete Üben. Alles, was wir im Verkaufsseminar lernen, wird also auch direkt geübt, trainiert und reflektiert. Nur so lässt sich aus meiner Erfahrung heraus eine nachhaltige Veränderung erzielen – wenn ich selbst erfahre, wie ich wirke und wie eine Verkaufsperson auf mich als Kundin wirkt.

Ist ein exzellenter Service ein Mittel, um der aktuellen Krise des Einzelhandels entgegen zu treten?

Ich denke schon. Der Unterschied zwischen dem digitalen Einkauf und dem physischen Einkaufen im Ladengeschäft ist die Begegnung, die Beziehung, der Kontakt von Mensch zu Mensch. Damit kann der Einzelhandel punkten. Dieses Bewusstsein muss sich allerdings noch bei vielen Mitarbeitenden und Ladeninhaberinnen verbreiten und vertiefen. Dann geht es aber noch einen wichtigen Schritt weiter, nämlich: mit Hilfe dieses Kontakts die Kundinnen und Kunden nicht nur zufrieden zu stellen, sondern zu begeistern.

Was genau bedeutet für Dich »Kunden zu begeistern«?

Für mich geht es darum, diesen »Aha- oder Wow-Moment« zu erzeugen. Sprich, dass ich mit meinen Dienstleistungen nicht nur die Erwartungen meiner Kunden erfülle, sondern diese übertreffe oder auch die Kundinnen immer wieder positiv überrasche. Dadurch entstehen bei den Kundinnen und Kunden positive Emotionen; sie fühlen sich wohl, glücklich, gesehen, gemeint. Dieser Moment wirkt nach, das Ereignis erreicht Kopf und Herz, oft erzählen sie sogar anderen von ihrem Einkaufserlebnis und kommen schlussendlich immer wieder gerne in das Ladengeschäft zurück.

Wenn ich jetzt als Führungsperson von diesem Ansatz überzeugt bin: Wie mache ich aus meinem Verkaufspersonal ein begeisterndes Verkaufspersonal?

Meine Verkaufstrainings und Führungcoachings besuchen (lacht). Nein, Spass beiseite. Der Prozess beginnt immer bei der Führungskraft, d. h. sie muss diesen Weg für sich als richtig und erfolgsversprechend erkennen – und quasi verinnerlichen. Mittels entsprechenden Führungsmassnahmen und einer achtsamen, authentischen Kommunikation führt dann der Weg zu den Mitarbeitenden. Denn sie sind der Dreh- und Angelpunkt im Kontakt mit den Kunden. D. h. es geht im ersten Schritt darum, wie kann ich als Führungsperson meine Mitarbeitenden zu kreativen, positiven, motivierten und begeisterungsfähigen Verkaufspersonen entwickeln. Denn letztendlich führt mehr Motivation auch wiederum zu mehr Leistung. Und erst dann geht es um die Kunden.

Das ist also ein mehrstufiger Prozess?

Richtig, es geht von der Führungsperson zu den Mitarbeitenden und letztendlich zu den Kunden. Das ist eigentlich auch der Faden meines Konzepts. Die Basis dafür ist zum einen die Achtsamkeit und auch Selbstachtsamkeit der Unternehmerinnen, um sozusagen das Fenster der Möglichkeiten wahrzunehmen, zu erkennen und zu öffnen, um so eine bestimmte Wirkung auf das Umfeld und die Mitarbeitenden zu erzielen. Zum anderen kommt die Reflektion des Führungsstils dazu, d.h. als Unternehmerin oder Unternehmer mehrheitlich positiv und stärkeorientiert zu führen, so dass die Mitarbeitende an ihren eigenen Stärken wachsen können – oder sogar aufblühen können. Und erst dann folgt der Schritt hin zur begeisternden Kommunikation gegenüber dem Kunden. Damit verbunden ist auch eine Haltungsfrage, da ja Begeisterung nicht nur in der Kommunikation wirkt, sondern sich auch im Handeln oder in verschiedensten Serviceangeboten niederschlägt.



»Kunden zu begeistern ist ein mehrstufiger Prozess und sich über die Führungsperson und die Mitarbeitenden erstreckt, bis er schlussendlich die Kundinnen und Kunden erreicht.«

Wo liegt für Dich der Unterschied zwischen zufriedene und begeisternde Mitarbeiter?

Zufriedene Mitarbeitende kommen und machen ihre Arbeit gut. Das ist auf jeden Fall schon mal eine gute Voraussetzung. Der begeisternde Mitarbeiter denkt mit, ist motivierter, sieht das Ziel und den Sinn seiner Tätigkeit, ist für die Kunden da, möchte die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden erfüllen und er erfreut sich an seiner Arbeit. Dazu gehört natürlich der Wille, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden sehen, erkennen und begegnen zu wollen.

Und was gehört zu einer begeisternden Kommunikation?

Eine begeisternde Kommunikation setzt da ein, wo sich die Verkäuferin oder der Verkäufer aktiv für den Kunden und seine Wünsche interessiert, er oder sie den Kunden entsprechend befragen kann und gleichzeitig auch gut zuhören kann, was seitens des Kunden geäußert oder gewünscht wird. Dazu kommt der Aspekt bzw. die Haltung der Wertschätzung, sprich den Kunden wertzuschätzen oder anders formuliert: den Wert des Kunden für mich als die verkaufende Seite zu schätzen. Beides geht miteinander einher.

Auf was muss ich bei der Personalauswahl achten, wenn ich letztendlich ein begeisterndes Personal haben möchte?

Diese Frage stellt sich für mich aufgrund der akuten Personalknappheit zurzeit so nicht. Im Gegenteil. Vielmehr sollte ich mir als Führungsperson die Fragen stellen, welche Wünsche und Stärken bringt jemand mit, kann ich diese Wünsche erfüllen und wie können wir die Stärken gezielt im Unternehmen einsetzen bzw. gezielt fördern – ohne, dass dabei ein Wunschkonzert entsteht.

Gibt es aus Deiner Erfahrung heraus Unterschiede zwischen Männern und Frauen bzgl. einer begeisternden Verkaufsarbeit?

Nein, da sehe ich keine grundlegenden Unterschiede, die sich alleinig im Geschlecht begründet. Jede und jeder kann begeisternd verkaufen.

Und bzgl. der Führung?

Was ich feststelle, ist: Gerade, wenn es um Themen wie Belastungen, Stress, Erwartungsdruck, neuer Blickwinkel, Veränderungsprozesse, Reflektion usw. geht, sind es aus meiner Sicht eher die Frauen, die zu mir kommen und gezielte Unterstützung wünschen. Männer machen das vielleicht eher für sich oder mit sich aus und versuchen, das alleine hinzubekommen.



Du bietest neben den individuellen Angeboten für bestimmte Kunden auch offene Seminare an. Was sind die Vorteile dieser Angebote?

Im 1:1-Setting ist das immer sehr individuell und natürlich auf die Person oder das Unternehmen zugeschnitten. Im offenen Seminar sind die Trainingseinheiten vielleicht nicht ganz so intensiv, da bedingt durch die Anzahl Teilnehmerinnen weniger Zeit ist. Dafür spielt jedoch der gegenseitige Austausch unter Gleichgesinnten eine wichtigere Rolle. Das Lernen von anderen erfährt deutlich mehr Gewicht. Gepaart mit dem Gefühl: Ich bin mit diesem Thema nicht alleine. So kann ich erfahren, wie z.B. ein Thema in einem anderen Unternehmen oder von einer anderen Unternehmerin gelöst wird. Das kann sehr bereichernd sein. Aber es gehören auch in den offenen Seminaren theoretische Inputs und praktische Übungen dazu.

Welche aktuellen Seminarthemen bietest Du in den nächsten Monaten an?

Das startet im November mit dem Seminar »Mitarbeiter halten und begeistern – durch positives und stärkenorientiertes Führen« als erstes Modul. Darauf folgt das Modul »Mitarbeiter gewinnen« und drittens »Kunden gewinnen und begeistern«. Den Abschluss bildet das Seminar »Souverän und achtsam führen«, um die Wirksamkeit der Unternehmerin zu stärken. Die Module sind alle einzeln buchbar, aber sie bauen natürlich auch aufeinander auf und ergeben zusammen einen roten Faden mit Blick auf das Thema Begeisterung und den aktuellen Herausforderungen im Einzelhandel.

» Eine begeisternde Kommunikation setzt da ein, wo sich die Verkäuferin oder der Verkäufer aktiv für den Kunden und seine Wünsche interessiert, er oder sie den Kunden entsprechend befragen und gleichzeitig auch gut zuhören kann.«

Wir haben viel über Begeisterung gesprochen. Was begeistert Dich an Deiner Arbeit?





Mich begeistert grundsätzlich der Kontakt und das Zusammenarbeiten mit Menschen; und dabei zu sehen, wie Menschen in ihrer Persönlichkeit wachsen. Anfangs war jemand zum Beispiel auf der Position A und nach einer gewissen Zeit steht er auf B, C oder D, ist für sich gewachsen, zufriedener, erfüllter, begeisterter.

Aber auch das Thema Verkauf an sich begeistert mich. Ich bin immer wieder fasziniert, was man im Verkaufsgespräch an der Theke oder im Laden alles bewirken kann.

Ramona, herzlichen Dank für das offene Gespräch.

Ramona Link

Business-Trainerin, Business-Coach
Verkaufstrainerin

 Blumentäle 3 • 72175 Dornhan
 07455-914 522 • 0171-118 4802
 info@ramona-link.de
 www.ramona-link.de