

Anleitung zum Erfolg

Unternehmensberater Alexander Verweyen lieferte auf dem MZE/2HK Eventtag auf der Heimtextil 2011 schlagkräftige Argumente für ganzheitliche Wohnberatung



Unternehmensberater Alexander Verweyen entwickelte anhand von Thesen einen Leitfaden für ganzheitliche Wohnberatung

Die Handel & Handwerker Kooperation 2HK, Unternehmensbereich der MZE (Möbel Zentral Einkauf), gestaltete auch 2011 einen Eventtag auf der Heimtextil, der ganz im Zeichen der ganzheitlichen Wohnberatung stand. Als Referent stellte der Unternehmensberater Alexander Verweyen in seinem ersten Vortrag provozierende Thesen und Argumente vor. Sein Credo: ganzheitliche Wohnberatung zu verkaufen ist der entscheidende Baustein, um ein Unternehmen zukunftsfähig am Markt zu positionieren.

„Wir möchten Sie motivieren, umzudenken und neue Wege zu gehen“, begrüßte Peter J. Schroeder, Projektleiter 2HK und Moderator des Eventtages, die zahlreichen Zuhörer im Deco Team Forum auf der Heimtextil.

„Sie als Raumausstatter können mehr als das klassische Handwerk, Sie sind Profis in der Beratung und der ganzheitlichen Wohngestaltung, dabei stehen wir Ihnen zur Seite.“

Ganzheitliche Wohnberatung, eröffnete Alexander Verweyen seinen Vortrag, betrifft die Wohn- und Lebenssituation des Kunden vom Keller bis zum Dachboden.

„Sie wird von Stil, Kultur, Gewohnheiten, Alter, Haushaltsgröße, Budget, Interessen, finanzieller Situation, Ambiente und Geschmack beeinflusst.“

Auch Trends wirken auf die Lebenswelt der Kunden ein, so etwa Digitalisierung, Technologie, Globalisierung, Umwelt, Feminisierung, Konjunktur, Gesundheit und Beauty. „Der Bereich der Technologie hat massive Auswirkung auf die Einrichtung“, machte Verweyen deutlich, „beschäftigen Sie sich mit Trends!“ Wichtig sei es auch, sich auf den modernen Kunden und seine hohen Ansprüche einzustellen. Kunden heute sind „SMART“: selbstbewusst, markenbewusst, aufgeklärt, rabattfordernd und zum Teil auch etwas taktlos.

Mit vielen Bedenken der Einrichter, ganzheitlich zu beraten und zu verkaufen, räumte Verweyen auf, etwa mit dem Argument: „Wenn der Kunden nur Vorhänge erneuern will, kann ich nicht das komplette Wohnzimmer anbieten“ oder „Verlagere ich den Schwerpunkt, verliere ich Kunden“. Sein Rat: „Signalisieren Sie Kompetenz, steigen Sie sukzessive ins Thema ein, suchen Sie sich Netzwerk-Partner, nehmen Sie sich für diesen Weg unbedingt Zeit.“ „Ihre Kunden sind schon da“, machte Verweyen Mut, „Sie müssen Sie nur ganzheitlich wahrnehmen.“ Insbesondere im gehobenen Bereich bestehe ein großer Bedarf an Rundum-Service. Anschließend nannte er 18 Thesen und schlagkräftige Argumente auf dem Weg zum ganzheitlichen Wohnberater.

These 1: Antennen entwickeln
Gewinnen Sie Spaß an der ganzheitlichen Beratung, besuchen Sie Seminare zum Thema.

These 2: Kunden aus der Misere helfen
Sehr viele Menschen leben nicht in der



Peter J. Schroeder moderiert am MZE/2HK-Eventtag. Ganzheitliche Einrichtungskonzepte eröffnen neue Beratungs- und Absatzebenen

Einrichtung, die sie sich wünschen, sind aber nicht in der Lage, dies zu ändern. Sie als Einrichter verfügen über Kreativität und Geschmack, geben Sie Ihren Kunden Sicherheit und Unterstützung. Bieten Sie unerwartete Zusatzleistung mit an.

These 3: Selbstvertrauen und Mut entwickeln

Trauen Sie sich, nutzen Sie die Unterstützung von Partnern wie der MZE/2HK.

These 4: Kunden ganzheitlich wahrnehmen

Schauen Sie genau hin und lesen Sie die Lebensgewohnheiten, Umstände und das Umfeld Ihrer Kunden.

These 5: Fragen stellen, die tiefer gehen

Wie kam es zur heutigen Einrichtung? Inwieweit hat sich die Lebenssituation geändert? Wie wichtig ist Ihnen Gemütlichkeit? Wie sieht ein typischer Tag aus? Erzählen Sie mir mehr über ... Stellen Sie W-Fragen!

These 6: Einen anderen Verkaufsdialog führen

Fangen Sie an, Beispiele, Referenzen, und Bilder zu zeigen aus erfolgreichen

Realisationen, führen Sie diese immer bei sich.

These 7: Ganzheitliche Wohnberatung schlüssig argumentieren

Sie haben die Argumente auf Ihrer Seite: ganzheitliche Wohnberatung bietet ein durchgängiges Konzept, Stilsicherheit, keine Fehlinvestitionen, Transparenz bei den Kosten, ist bequem, u.v.m

These 8: Vertrauen der Kunden gewinnen

Stellen Sie Ehrlichkeit und Verlässlichkeit in den Vordergrund. Gutes Auftreten und Etikette wirken.

These 9: Andere Wege in Ihrer Präsentation einschlagen

Schauen Sie sich Best-Practise-Beispiele an, signalisieren Sie Kompetenz in Ihrer gesamten Unternehmenskommunikation.

These 10: Eigenen Beratungsprozess entwickeln

Verlassen Sie sich auf Ihren persönlichen Beratungsstil, nutzen Sie Ihr Vorwissen bzw. verschaffen Sie sich beim Kunden einen Gesamteindruck der Wohnsituation.

These 11: Kunden für ganzheitliche Wohnberatung gewinnen

Fragen Sie beim Kunden nach der Zufriedenheit und fordern Sie ihn aktiv auf, Sie weiterzupfehlen. Lassen Sie sich konkret Namen und Telefonnummern nennen.

These 12: Beratung ohne Ausstellung

Ja, es funktioniert sogar besser! Arbeiten Sie mit Bildern, Katalogen, Zeichnungen, Skizzen. Kunden sind in großen Ausstellungen eher verunsichert.

These 13: Partner und Netzwerke

Wenn Sie nicht alle Gewerke anbieten, bauen Sie ein Netzwerk auf. Sorgen Sie dafür, dass die Fäden bei Ihnen zusammenlaufen. Komplettangebote bedeuten Mehrwert für den Kunden.

These 14: Ausbau der Kompetenz

Schulen Sie Ihre Wahrnehmung durch gezieltes Beobachten, Zuhören, Entdecken von Ritualen, Gewohnheiten und Geschmack. Stellen Sie sich Fragen, wie:



Das Messepublikum folgte aufmerksam den Ausführungen von Unternehmensberater Alexander Verweyen. Zahlreiche Fachleute nutzten die Gelegenheit, im Deco Team Forum Vorträge, Workshops und Interviews zu verfolgen

Was macht meinen Kunden aus? Ein Gespür für die Feinheiten können Mitarbeiter der Großflächenanbieter definitiv nicht entwickeln! Nehmen Sie auch anspruchsvolle Aufgaben an, verschenken Sie Ihre Beratung nicht.

These 15: Begeisterung wecken

Machen Sie den ersten Schritt, begeistern Sie Ihre Kunden für die ganzheitliche Wohnberatung. Nutzen Sie die Methode des Storytelling, erzählen Sie von glücklichen Kunden, das macht Sie interessant und glaubwürdig.

These 16: Zum Abschluss kommen

Lassen Sie den Auftrag nicht aus dem Haus gehen, fragen Sie explizit nach dem Abschluss. Lassen Sie sich Gründe nennen, warum der Kunden noch unsicher ist oder ablehnt.

These 17: Aktionsplan entwickeln

Legen Sie einen Zeitplan fest: Wen wollen Sie wann ansprechen? Wen besuchen? Setzen Sie Ideen konkret um. Die Umsetzungsspezialisten sind die wirklich erfolgreichen Unternehmer, trotz des Tagsgeschäfts. Nehmen Sie sich wöchent-

lich eine Stunde Zeit, in der Sie das Thema „ganzheitliche Wohnberatung“ weiterentwickeln.

These 18: Ganzheitliche Wohnberatung bedeutet Leidenschaft!

Zündet der Funke, fällt es Kunden schwer, zu einem Konkurrenten zu gehen. Dafür müssen Sie Profi sein, dafür müssen sich selbst für die ganzheitliche Wohnberatung begeistern.

MZE – Möbel Zentral Einkauf – stärkt mit ihrem Unternehmensbereich 2HK – Händler & Handwerker Kooperation – Fachhandel und Raumausstattern den Rücken. Tipps für die praktische Umsetzung und Begleitung auf dem Weg zum ganzheitlichen Einrichten bietet 2HK mit dem Konzept „Der textile Einrichter“. Das Konzept basiert auf dem Grundsatz, dass Sortimentsauswahl, Warenpräsentation und die Leidenschaft für serviceorientierte Wohnraumberatung eine attraktive Einheit bilden. Ganzheitliche Einrichtungskonzepte eröffnen neue Beratungs- und Absatzebenen. Und das zeigte auch die Botschaft des erfolgreichen Unternehmensberaters Alexander Verweyen. Weitere Infos www.2hk-online.de