Begrüßung – Transkript Audio

Begrüßung – Der erste Eindruck zählt

Wenn ein Kunde ein Geschäft betritt, ist die Begrüßung besonders wichtig. Denn der erste Eindruck zählt! Eine aufmerksame Begrüßung schafft einen optimalen Start für das Verkaufsgespräch. Der Kunde fühlt sich willkommen und wahrgenommen.
Eine aufmerksame Begrüßung hat noch einen weiteren Vorteil: Sie kann Ladendiebstahl erschweren. Wenn das Verkaufspersonal aufmerksam ist und Kunden wahrnimmt, werden auch mögliche Diebe abgeschreckt.
Kunden werden begrüßt, sobald sie den Verkaufsraum betreten. Das gilt auch dann, wenn der Verkäufer gerade einen anderen Kunden berät. In diesem Fall kann er den neu eintretenden Kunden kurz mit einem Blick oder einem Lächeln begrüßen.
Es gibt zwei Arten der Begrüßung: die verbale und die nonverbale Begrüßung.
Bei der verbalen Begrüßung werden Worte verwendet. Die passende Grußformel richtet sich nach der Kundschaft und nach der Art des Geschäfts. In einem regionalen Geschäft oder bei älteren Kunden passt zum Beispiel ein „Grüß Gott“. In einem Sportfachgeschäft oder in einer lockeren Atmosphäre kann man auch „Hallo“ oder „Servus“ sagen. Wichtig ist außerdem, bekannte Kunden mit ihrem Namen zu begrüßen. Eine verbale Begrüßung ist besonders geeignet, wenn sich der Kunde in Hörweite befindet.
Bei der nonverbalen Begrüßung erfolgt die Begrüßung ohne Worte. Sie findet durch unsere Körpersprache, Mimik und Gestik statt. Dazu gehören vor allem Blickkontakt und ein freundliches Lächeln. Je nach Situation kann auch ein Handschlag dazugehören. Eine offene und zugewandte Körperhaltung schafft Vertrauen und Sympathie. Eine nonverbale Begrüßung ist besonders geeignet, wenn der Kunde weiter entfernt ist oder der Verkäufer gerade einen anderen Kunden berät.
Meistens werden die verbale und die nonverbale Begrüßung miteinander kombiniert. Der Verkäufer sagt zum Beispiel „Hallo“ und lächelt den Kunden dabei freundlich an.
Und was passiert nach der Begrüßung? Der Kunde sollte zunächst Zeit bekommen, sich in Ruhe umzuschauen. Er soll nicht bedrängt werden. Der Verkäufer bleibt aufmerksam und erreichbar, sodass der Kunde jederzeit auf ihn zukommen kann.