

# Lösung

<b>Kernproblem 1</b>	<b>Sie stellt die Firma nicht richtig vor und begrüßt auch nicht richtig.</b>
<b>Lösung des Problems</b>	<b>„Firma Möller. Schönen guten Tag. Sie sprechen mit Meyer, Laura Meyer. Was kann ich für Sie tun?“</b>

<b>Kernproblem 2</b>	<b>Sie fragt nicht nach, wie der Kunde heißt.</b>
<b>Lösung des Problems</b>	<b>„Entschuldigen Sie bitte, ich habe Ihren Namen nicht richtig verstanden. Wären Sie so lieb und buchstabieren ihn für mich?“ Kunde buchstabiert. „Ich wiederhole noch einmal, damit ich weiß, ob ich Sie richtig verstanden habe, ok?“ Kurze Pause, Kunde bestätigt. „B-O-H-U-S-L-A-W-I-T-Z-K-Y, Bohuslawitzki, richtig?“</b>

# Lösung

<b>Kernproblem 3</b>	<b>Sie weicht vom dienstlichen Thema ab.</b>
<b>Lösung des Problems</b>	<b>Tipp:</b> Lassen Sie sich grundsätzlich nicht vom dienstlichen Thema abbringen. Sie flirten schließlich nicht und kann Sie in unangenehme Situationen bringen. Eine Ausnahme bilden Kunden, mit denen Sie bereits gemeinsame Erfahrungen gesammelt haben, z.B. mehrfacher Kontakt in der Vergangenheit, gemeinsame Gespräche auf einer Messer usw. In diesem Fall kann dies zur Kundenbindung beitragen; dennoch gilt: Vorsicht!

<b>Kernproblem 4</b>	<b>Die Verabschiedung ist nicht formell und dementsprechend unangemessen für ein Kundengespräch.</b>
<b>Lösung des Problems</b>	(am Ende des Gesprächs) „Kann ich sonst noch etwas für Sie tun, Herr Bohuslawitzky?“ Kunde antwortet mit „nein“. „O.k. Dann bedanke ich mich für Ihren Anruf und wünsche Ihnen noch einen schönen Tag.“ Kunde verabschiedet sich. „Auf wiederhören.“