

Außendienst



Marcel Zischler

Schreiben Sie uns Ihre Meinung!
zischler@doz-verlag.de

Palim-palim – es klingelt an der Ladentür. Und da steht er (oder sie), der Mann mit Anzug und oft auch mit Krawatte (so war es mindestens früher üblich), um Sie zu überzeugen, warum Sie unbedingt mit seiner Firma zusammenarbeiten sollen und warum die Produkte, die er vertreibt, so ungemein gut, ja gar ein „Must have“ sind... Eine Szene, die mehrmals pro Woche in Augenoptik-Fachgeschäften so oder ähnlich passiert.

Welche Argumente oder Strategien haben Sie sich zurechtgelegt, um den (oft unangemeldeten) Besucher rasch möglichst wieder loszuwerden? Machen Sie es sich einfach und schicken Sie Ihre Mitarbeiterin vor, um den ungebetenen Besuch abzuwimmeln oder übernehmen Sie diese etwas unangenehme Aufgabe selbst? Das Erstere ist oft die Realität; schließlich hat der Kontaktlinsenanpasser ja Wichtigeres zu tun. Hmmm, ist das „Gentleman-like“? Ist das wertschätzend? Nein, ist es nicht! Diese Damen und Herren machen nur ihren Job (welcher übrigens knüppelhart sein kann) und haben nicht die Absicht Sie zu ärgern oder Ihnen gar die Zeit zu stehlen. Ein Außendienstmitarbeiter in der Kontaktlinsenbranche muss je nach Arbeitgeber bis zu sieben Kundenbesuche pro Tag machen. Keine leichte Aufgabe. Speziell heute, wo verstopfte Straßen und Parkplatznot in den Städten zur Tagesordnung gehören. Das bedeutet Stress pur! Kein Wunder, ist der Verschleiß und die daraus folgende Fluktuation entsprechend hoch. „Schon wieder ein neues Gesicht“, hört man oft. Jedes Mal muss die Beziehung neu aufgebaut, das Vertrauen erarbeitet werden. Ganz schön anstrengend (für beide Seiten übrigens).

Für mich hat der Außendienst nicht mehr die gleiche Aufgabe wie vor zehn Jahren. Die Produkte rücken immer mehr in den Hintergrund, da austauschbar (darum heißt es ja auch „Austauschlinsen“ ;-)). Es sind andere Dinge gefragt. Ein professioneller Außendienstler sollte heute mehr eine Beraterfunktion übernehmen. Er sollte seinem Kunden, dem Kontaktlinsenanpasser, aufzeigen, wie er sein Kontaktlinsengeschäft gewinnbringend nach vorne bringen kann und ihm neue Wege dazu erörtern. Hier gehören Aspekte wie Marketing, aktive Kundenansprache und Weiterbildung dazu. Auch das Dienstleistungsangebot der Hersteller wird immer umfangreicher und dies muss Ihnen der Außendienstler zielführend und zu Ihrem Nutzen darstellen können. Leider sind immer noch viele Kollegen „beratungsresistent“ und haben Mühe, ihre Routine zu verlassen, um über den eigenen Tellerrand zu schauen. Wenn ich Sprüche wie: „Das machen wir immer schon so. Warum soll ich was ändern?“ höre, dann stellen sich bei mir die Nackenhaare. Die Erde dreht sich – erst recht in Sachen Kontaktlinsen (darum sind diese übrigens rund ;-)). Also, beim nächsten Besuch eines Außendienstlers nehmen Sie sich etwas Zeit und geben ihm mindestens einmal die Chance, einen guten Job zu machen. Und wenn Ihnen Spontanbesuche nicht in den Kram passen, dann lassen Sie es ihn höflich, aber bestimmt wissen. Alles andere ist unprofessionell und nicht wertschätzend!

Wertschätzende Grüße