



Kerstin Pleus

Organisationsberaterin, Krankenschwester, Trainerin für Führungskräfte, MDK-Gutachterin, Pflegedienstleitung, Business-Coach
Dortmund

✉ pfllege@kerstinpleus.de

🌐 www.kerstinpleus.de

Kommunikation mit schwierigen Kunden

... oder wie wir den Kundennutzen von Anfang an richtig kommunizieren

Ein Beispiel

Eine Aussage wie „Meine Mitarbeiter helfen Ihnen morgens beim Waschen“ ist inhaltlich korrekt und aussagekräftig, doch was ist der persönliche Nutzen und der Vorteil für den Kunden?

Diese Aussage enthält zudem keine emotionale Ansprache und weckt bei den Kunden keinen Wunsch, dieser Leistung sofort zu zustimmen.

Besser

„Lieber Herr Lehmann, Sie hatten erwähnt, dass Ihnen das Aufstehen so schwerfällt. Meine Mitarbeiter sind Ihnen morgens beim Aufstehen aus dem Bett behilflich und begleiten Sie in das Bad. Dadurch erhalten Sie Sicherheit und brauchen keine Angst vorm Stürzen zu haben. Und das schöne ist, Sie können schon mal mit denen Ihren Tagesablauf besprechen. Im Badezimmer unterstützen die Mitarbeiter Sie beim Ausziehen und je nachdem, was Sie wünschen, werden Sie beim Duschen oder beim Waschen am Waschbecken unterstützt. Sie haben mir erzählt, dass Sie so gerne singen. Sicherlich können Sie mit dem einen oder anderen Mitarbeiter auch ein Liedchen trällern. Dann kommen Sie sicherlich gutgelaunt in den Tag“.

Diese Schilderungen sind emotional und wecken Bilder im Kopf.

Nutzen Sie gerne folgende Formulierungen, um die Leistungsmerkmale mit dem Kundennutzen zu kombinieren und von der „Wir“ – zur „Sie-Perspektive“ gelangen:

- Das bedeutet für Sie ...
- Dadurch erhalten Sie ...
- So steigern Sie ...
- Das hilft Ihnen bei ...
- Das bringt Ihnen ...
- Auf diese Weise erhalten Sie ...

Kennen Sie den Dreisatz der Nutzenkommunikation?

Der Dreisatz der Nutzenkommunikation ist ein Modell, das im Marketing und Verkauf verwendet wird, um den Nutzen eines Produkts oder einer Dienstleistung klar und überzeugend zu kommunizieren. Es basiert auf drei grundlegenden Schritten, die den potenziellen Nutzen für den Kunden in den Vordergrund stellen. ▶



Diese Schritte sind:

- 1 Beschreiben Sie ein **spezifisches Merkmal** der Leistung. Dies ist eine objektive Tatsache über das, was die Leistung kann oder wie es gestaltet werden kann.
- 2 Erklären Sie den **Vorteil**, den dieses Leistungsmerkmal dem Kunden bietet. Hier wird dargelegt, wie das spezifische Merkmal das Leben oder den Alltag des Kunden erleichtert, verbessert oder anderweitig positiv beeinflusst.
- 3 Verdeutlichen Sie den **Nutzen für den Kunden**. Dies geht einen Schritt weiter als der Vorteil, indem es den direkten, greifbaren Wert für den Kunden aufzeigt, häufig in Form von Zeitersparnis, Sicherheit, Komfortsteigerung, Entlastung der Ehepartner oder pflegenden Angehörigen oder anderen relevanten Vorteilen. Erklären Sie, wie Ihre Leistungen die ganz persönlichen Bedürfnisse befriedigt.

Ein Beispiel für den Dreisatz der Nutzenkommunikation

1. **Merkmal:**
Meine Mitarbeiter sind Ihnen bei den Medikamenten behilflich. Wir stellen die Medikamente und sind bei der Einnahme bei Ihnen vor Ort.
2. **Vorteil:**
Das bedeutet für Sie, Sie werden entlastet und müssen sich um nichts kümmern. Morgens und abends ist immer jemand bei Ihnen. Auf diese Weise erhalten Sie Gesellschaft.
3. **Nutzen:**
Wir rechnen direkt mit Ihrer Krankenkasse ab.

Durch diese Struktur wird die Kommunikation klar und fokussiert, wodurch der Kunde, der Patient, den echten Wert der Leistungen besser verstehen und schätzen kann. Insofern ist es in der Beratung und im Erst- und in Folgegespräch von besonderer Wichtigkeit, die Bedürfnisse und Motive der anfragenden Personen und deren Angehörigen so gut wie möglich herauszufinden, um so den Blickwinkel auf Ihre Leistungen individuell abzustimmen und so die Kunden auch auf einem emotionalen Level anzusprechen.

Fazit

Eine klare und gezielte Kommunikation des Kundennutzens ist entscheidend. Wenn Sie den Nutzen Ihrer Dienstleistungen effektiv vermitteln, verstehen Kunden sofort den

Mehrwert. Dadurch reduzieren sich Missverständnisse und Unzufriedenheit, und Sie gewinnen treue Kunden, während schwierige Kunden, die oft hohe Erwartungen haben, fernbleiben. Eine präzise Nutzenkommunikation führt somit zu einer stabileren, zufriedeneren Kundenbasis.

Mehr Infos...

Nehmen Sie gern Kontakt zu mir auf! ●

Ihre Kerstin Pleus
www.kerstinpleus.de



● Kerstin Pleus

