

„Überraschen Sie Ihre Kunden!“

Signe Zerrahn

Herzlichkeit statt Dienst nach Vorschrift, das ist das Erfolgsrezept erfolgreicher Unternehmen. Mahsa Amoudadashi will deshalb Mitarbeiter neu für ihre Arbeit begeistern. Im Interview macht die Wirtschaftspsychologin deutlich, wie das gelingen kann.

Nur 15 Prozent der Beschäftigten gehen laut einer aktuellen Studie motiviert zur Arbeit. Woran liegt das?

Mahsa Amoudadashi: Ein Faktor ist die persönliche Einstellung und unsere Haltung zur Arbeit. Mit einer grundsätzlichen „Null-Bock-Einstellung“ können wir nicht motiviert an die Arbeit gehen. Meist setzen Menschen ihren Fokus ganz bewusst auf die negativen Dinge. Doch wir müssen uns bewusst machen, dass unsere Arbeitszeit auch gleichzeitig unsere Lebenszeit ist. Ein weiterer Grund für fehlende Motivation ist die Führung. Viele Führungskräfte nehmen sich nicht die Zeit, um zu führen und sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Um die Verbundenheit der Beschäftigten zu stärken, brauchen wir Führungskräfte, die Vorbilder sind.

Mahsa Amoudadashi: trotz Anonymität, respektvoll und höflich bleiben - so entwickelt sich Herzlichkeit.

(© CHLietzmann)

Sie wollen nicht nur Kunden überzeugen, sondern die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Kann man Begeisterung für eine Sache lernen?

Amoudadashi: Wenn wir Kunden überzeugen möchten, wenn wir sie begeistern möchten – dann geht das nur über die Mitarbeiterbegeisterung. Denn nur begeisterte Mitarbeiter schaffen begeisterte Kunden. Und um unsere Teams zu begeistern, müssen Unternehmen ein Umfeld schaffen, in dem sich die Menschen wohl fühlen und gerne sind. Sie müssen es schaffen, dass sich Mitarbeitende mit dem Unternehmen identifizieren und verbunden fühlen. Und das geht vor allem über zwischenmenschliche Faktoren wie Wertschätzung, Vertrauen, Empathie und Kommunikation. Und ich denke, dass wir Begeisterung für eine Sache lernen können. Wenn wir die Sache verstehen, sie als gut befinden und uns mit ihr identifizieren.

Sie haben früher in einem renommierten Hotel gearbeitet, waren dort Herzlichkeitsbeauftragte. Lassen sich diese Erfahrungen auf andere Dienstleistungsbranchen, zum Beispiel auf Sparkassen, übertragen?

Amoudadashi: Selbstverständlich. Es gibt heute in den verschiedensten Branchen Herzlichkeitsbeauftragte. Manchmal werden sie anders genannt, zum Beispiel Feel Good Manager. Überall, wo Menschen zusammenkommen, lassen sich diese Erfahrungen übertragen.

Viele Kontakte sind heute digital. Wie kann Herzlichkeit im Internet funktionieren?

Amoudadashi: Indem wir, trotz Anonymität, respektvoll und höflich bleiben.

Haben Sie noch ein paar praktische Tipps für Vertriebsmitarbeiter?

Amoudadashi: Wir können unsere Kunden mit den einfachsten Dingen überraschen und begeistern, beispielsweise durchs Zuhören. Hören Sie aufmerksam zu und gehen Sie beim nächsten Treffen auf das Gesagte ein oder fragen Sie nach – Sie werden sehen, dass die meisten Menschen es einfach nicht mehr gewohnt sind, dass man interessiert zuhört. Und machen Sie Ihren Kunden kleine Aufmerksamkeiten. Wir schaffen tiefe Verbundenheit durch kleine Aufmerksamkeiten.

Signe Zerrahn: „Überraschen Sie Ihre Kunden!“, in SparkassenZeitung (26. September 2019). URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/vertrieb/-ueberraschen-sie-ihre-kunden.html>. Abgerufen am: 28. November 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online