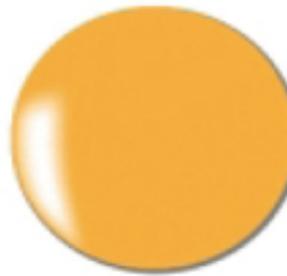
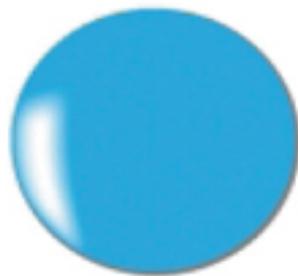
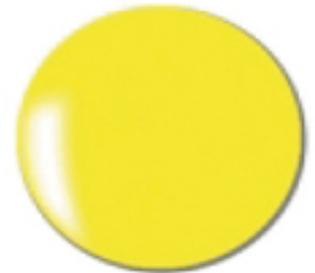


Ilonka Lütjen



KUNDENTYPEN

Erfolgsrezepte für eine zielführende Kommunikation



Schwierige KundenTypen

Erfolgsrezepte für eine zielführende Kommunikation
in Business und Privatleben

www.kunden-typen.de

© 2018 Ilonka Lütjen

Umschlag, Illustrationen: Manfred Schmidt, www.marketing-handy.de
DTP, Layout: Daniel Kunkel, www.grafikdesign-kunkel.de
Bildrechte: www.istockphoto.com, www.shutterstock.com,
www.fotolia.com, www.pixabay.com
Lektorat, Korrektorat: Dr. Ingrid Hartmann-Ladendorf, Ilonka Lütjen

Verlag & Druck: tredition GmbH, Hamburg

ISBN

| | |
|-----------|-------------------|
| Paperback | 978-3-7439-4021-5 |
| Hardcover | 978-3-7439-4022-2 |
| e-Book | 978-3-7439-4023-9 |

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Autorin



Ilonka Lütjen. Sie arbeitet als Beraterin, Trainerin und Personal Coach sowohl für Unternehmen, als auch für Privatpersonen. Sie war selber im Außendienst tätig, hat einen Vertrieb geleitet und arbeitete anschließend bundesweit als Vertriebstrainerin. Inzwischen finden die Termine größtenteils in ihren eigenen Räumlichkeiten, telefonisch oder online statt. Auch bei Online Seminaren gibt sie regelmäßig ihr Wissen weiter. Sie wohnt in Wiesbaden.

Schwerpunkt ihrer Tätigkeit sind die Themen:

- Coaching für Menschen und Unternehmen
- Umgang mit schwierigen Situationen
- Kommunikation mit schwierigen KundenTypen
- Bewerbungsgespräche vorbereiten und führen
- Coaching Ausbildungen in Kleingruppen
- Energetische Arbeit

Inhalt

Vorwort

Anmerkungen

Anleitung zum Arbeiten mit dem Buch

Teil I Leseteil

Der Ängstliche

Der Aggressive

Der Angeber

Der Arrogante

Der Bedächtige

Mit Behinderung

Der Besserwisser

Der *ausschließlich* Digitale

Der Drohende

Der *immer* Eilige

Der Feilscher

Der Gestresste

Der Immigrant

Der Ja-Sager

Der Klebrige

Der Kombinationstyp

Der Leidende

Der Misstrauische

Der *immer* Negative
Der Neidische
Der Nörgler
Der Pessimist
Der *immer* Positive
Der Schuldner
Der Schüchterne
Der Schwätzer
Der Sorgenvolle
Der Toxische
Der Traditionalist
Der Unentschlossene
Der Unkooperative
Der Unzuverlässige
Der Zerstreute
Der *immer* Zielstrebige
Die Zicke

Teil II Arbeitsteil

Vorwort

Ein erster Blick in das Buch über schwierige Menschen lässt einen bereits schmunzeln: Den Typen kenne ich doch, über diesen Charakter habe ich mich auch schon aufgeregt – und wo finde ich mich vielleicht wieder.

Honka Lütjen liefert lebendige und sehr treffende Beschreibungen wirklich vieler verschiedener – auch schwieriger Typen – und man merkt, dass sie sie aus eigener Erfahrung als Vertriebstrainerin und Personal Coach kennt. In dieser Funktion haben wir sie in unserem Unternehmen kennen und schätzen gelernt und von ihren Tipps profitiert, wie mit den skizzierten Typen am besten umzugehen ist, was sie brauchen und was wir ihnen geben können. In ihrem Buch hat sie nun ihren gesammelten Erfahrungsschatz systematisch und übersichtlich zusammengetragen.

Eine ebenso amüsante wie hilfreiche Lektüre, die das Verhalten schwieriger Gesprächspartner analysiert und den Umgang mit ihnen erleichtert, unabhängig davon, ob es sich um Kunden, Chefs, Kollegen oder Menschen aus dem privaten Umfeld handelt.

Das Buch wartet aber nicht nur mit sachdienlichen Hinweisen auf, sondern enthält auch einen Arbeitsteil, das sogenannte Workbook. Es bietet Raum für eigene Beobachtungen und Strategien im Umgang mit den einzelnen Typen. In dieser Doppelfunktion ist der Ratgeber ein interessantes Kompendium von Lebensweisheit und Menschenkenntnis, nicht nur der Autorin. Ich persönlich freue mich auf weitere Werke von ihr.

Markus Hartmann

Geschäftsführender Gesellschafter
SyroCon Consulting GmbH

Anmerkungen

„Das soll funktionieren?“

Die beschriebene Vorgehensweise habe ich getestet, im Außendienst, beim Umgang mit Mitarbeitern und in meiner eigenen Praxis als Personal Coach.

Bisher habe ich diese Handlungsweise bei meinen Kunden und in Webinaren weitergegeben. Auch andere Menschen haben meine Theorie in der Praxis umgesetzt.

Trainingsteilnehmer sagten, dass es plötzlich viel weniger schwierige Gespräche gab, nachdem sie wussten, wie sie mit den einzelnen Typen umgehen können. In diesem Buch karikiere ich die einzelnen Typen. Ich übertreibe also bei der Beschreibung ein bisschen. Dadurch lassen sich diese leichter erkennen.

Das Vorgehen, das in diesem Buch beschrieben ist, ist strukturiert und gut zu merken. Vielleicht ist die Vorgehensweise deshalb erfolgreich. Vielleicht auch für Sie!

Testen Sie selbst!

Ganz persönliche Gedanken, Anmerkungen und Erklärungen lesen Sie in solch einem grauen Kasten.

Im Text wurde die Formulierung: „Was sagt Ihre Gesprächspartnerin/Ihr Gesprächspartner“ durch das Wort „er“ ersetzt. Das „er“ steht für Typus und ist keine Diskriminierung von Frauen. Die verwendete

Sprachform dient nur der leichteren Lesbarkeit und schließt immer auch das andere Geschlecht mit ein.

Stellen Sie sich bitte diese drei Fragen, wenn Sie ein (schwieriges) Gespräch führen:

1. Was für ein Typ ist er?

Welcher Typ ist Ihr Gesprächspartner?

Sicherlich gibt es mehr unterschiedliche Typen als die 35, die in diesem Buch beschrieben werden. Es sind allerdings die Wichtigsten - wie ich finde.

2. Was braucht er?

Damit ist natürlich nicht die Frage gemeint, ob er ein Croissant, einen Apfel oder Süßigkeiten braucht. Es geht um die Frage, welches Verhalten wichtig für ihn ist. Wie er möchte, dass mit ihm umgegangen wird. Welche Zuwendung er braucht.

3. Was kann ich in der momentanen Situation tun?

Manchmal haben Sie vielleicht ganz wundervolle und sehr kreative Ideen, wie Sie sich in dieser speziellen Situation verhalten könnten. Aber bitte überlegen Sie sich auch, welches Verhalten sowohl realistisch als auch klug und zielführend ist.

Wie ich festgestellt habe, gibt es einen Zusammenhang zwischen der Lebenssituation des Verkäufers und dem Verhalten, das Kunden bei ihm persönlich zeigen. Den gleichen Zusammenhang gibt es auch zwischen anderen Gesprächspartnern. Für eine bekannte Situation hat der Verkäufer intuitiv viel mehr Verständnis.

Meiner persönlichen Definition nach verkaufen wir auch dann, wenn wir unserem Partner erklären, warum wir besser in das eine Restaurant gehen und nicht in das andere. Die Prinzipien des überzeugenden Gesprächs aber sind gleich. Es gilt herauszufinden, was den anderen motiviert oder welchen Leidensdruck er hat, ihm zu ermöglichen, das zu bekommen, was er braucht und das Ganze noch mit den eigenen Interessen zu verbinden. Voila! Das ist Verkaufen.

Ausschlaggebend für das Gespräch mit schwierigen Typen ist Ihr eigener Charakter. Ein Charakter, den Sie entweder als Herausforderung annehmen oder als unveränderliche Tatsache empfinden. Völlig normal ist es, dass Sie für den schwierigen Typ viel mehr Verständnis haben, dessen charakterliche Ausprägung Sie von sich selber gut kennen. Jeder von uns trägt die beschriebenen Ausprägungen der Persönlichkeit in sich! Einige dieser Ausprägungen werden Sie besonders gut kennen, einige davon gar nicht und andere nur zeitweise.

Für die eigene Selbsterkenntnis kann es sehr hilfreich sein zu schauen, ob sich im eigenen Leben bestimmte schwierige Typen häufen. Die Frage ist dann, in wie weit die Themen, die hinter deren Verhalten stecken, mit Ihnen persönlich zu tun haben.

Sie kennen wahrscheinlich den Spruch:

„Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“



Aus diesem Grund ist jedem Typus eine aussagefähige Illustration vorangestellt.

Anleitung zum Arbeiten mit dem Buch

Liebe Leserin, lieber Leser,

dieses Buch ergänzt das Webinar und den Workshop „Kunden und andere schwierige Typen“ und ist unterteilt in einen Lese-Teil und einen reinen Arbeitsteil. Sie können beide unabhängig voneinander nutzen.

Im Arbeitsteil, dem persönlichen Workbook, sind alle Typen aus dem Lese-Teil noch einmal gesammelt und Sie haben viel Platz für Notizen, um Ihre ganz eigene Vorgehensweise festzulegen. Auch die Situationen, in denen Sie diese Menschen getroffen haben oder noch treffen werden, können Sie so viel einfacher reflektieren.

Damit der Umgang mit dem Workbook, sowohl für die Leser des gedruckten Buches als auch für eBook-Leser einfach funktioniert, lesen Sie an dieser Stelle eine kurze Anleitung:

1. In der **Printausgabe** ist das Workbook seitenverkehrt eingefügt. Wenn Sie das Buch einfach umdrehen und „von hinten“ anfangen, können Sie Ihre Notizen direkt ins Buch schreiben.

Wenn Sie nicht ins Buch schreiben mögen oder das eBook lesen, können Sie sich das Workbook über den Link www.kunden-typen.de/wbk18-06.html herunterladen, ausdrucken und anschließend die Fragen direkt auf dem Ausdruck beantworten.