

„Darf es noch etwas sein?“ Wie Sie erfolgreich wieder in persönlichen Kontakt mit Kunden kommen.

## Ganz direkt

### Kundenerlebnisse

Vom Strumpf übers Essen bis zum Coaching-Programm: Während der Lockdowns ist die Zahl der Online-Bestellungen gestiegen, denn Einkaufen im stationären Handel war nicht möglich. Auch viele Kleinstunternehmen stellten ihre Verkaufswege um oder neu auf, um Ihre Produkte weiterhin auf den Markt bringen zu können. Wie kann der direkte Kontakt zur Zielgruppe wiederhergestellt werden?

„**Menschen lernen aus** Erfahrung, und sie lernen schnell: Sollen sie sich von anderen Menschen fernhalten, dann wird auch das umgesetzt“, sagt Wirtschaftspsychologin Prof. Dr. Vera Hagemann von der Universität Bremen. Dass nach zwei Lockdowns nun wieder stationäres Einkaufen möglich ist, bedeute für viele Menschen ein erneutes Umlernen: „Die Gesellschaft hat nun zwei Jahre lang während der Lockdowns nichts gemeinsam unternehmen konnten. Rausgehen, direkten Kontakt beim Einkauf suchen, sich persönlich beraten lassen, das müssen Menschen erst wieder erleben und wertschätzen“, gibt die Expertin zu bedenken.

### Immer nur online?

Für Kleinstunternehmen, die andere Wege zu ihren Kundinnen und Kunden gefunden haben,

heißt das: erfolgreiche Online-Verkaufskanäle beibehalten und zugleich wieder den persönlichen Kontakt anbieten. Laut Vera Hagemann bereichere das auch das Angebot zum Beispiel kleiner Beratungsunternehmen.

Zwar müsse niemand wieder komplett auf Präsenztermine umstellen. Aber Menschen ohne zwingende Gründe weiterhin nur online zu sehen – da blieben viele wichtige Informationen über das Gegenüber auf der Strecke. Empfehlenswert sei darum, auch immer mal wieder Termine in Präsenz zu vereinbaren.

### Gelegenheiten schaffen

„Persönliche Begegnungen sind wichtig, um das zwischenmenschliche Miteinander wieder neu zu erleben und zu erlernen“, sagt Hagemann. So könnten auch Gespräche über das Entstehen, was die Zeit der Pandemie verändert hat, was man beibehalten und was man verändern möchte. „Besonders spannend ist eventuell der persönliche Kontakt mit jüngeren Menschen. Diese hatten in den vergangenen zwei Jahren wenig bis gar keine Gelegenheit, beim Einkaufsbummel direkte Gespräche zu führen“, so Hagemann. Daraus seien Unsicherheiten entstanden, die sich erst nach und

» **Persönlichen Kontakt wieder erleben, wertschätzen und wollen. Darum geht's.** «

Prof. Dr. Vera Hagemann



Prof. Dr. Vera Hagemann, Lehrstuhl für Wirtschaftspsychologie und Personalwesen, Universität Bremen



nach abbauen werden – so Unternehmen aktiv das Gespräch mit ihnen suchen.

### Freier agieren

Eine besondere Herausforderung bleibt für alle Kleinstunternehmen die Frage der Mund-Nasen-Bedeckung. Weiter aufsetzen oder nicht? Was ist, wenn man das als Unternehmen von Zeit zu Zeit gerne wieder vorschreiben möchte, zum Beispiel in der Erkältungszeit? Wichtig sei, für den Kundenkontakt immer wieder eigene, neue Wege auszuprobieren. Einfach so, wie das vor der Pandemie auch gelang. Angst, dabei etwas falsch zu machen, müsse niemand haben. ○

### Vier Tipps für Kundenkontakt nach der Pandemie

1. Wo es viel Online-Kontakt gab und gibt: Immer mal wieder zu persönlichen Terminen einladen.
2. Das Tragen einer Maske gemeinsam mit den Kundinnen und Kunden vereinbaren: Wer möchte, kann diese aufbewahren – oder absetzen. Alle sollten sich mit der Entscheidung wohlfühlen und sie akzeptieren.
3. Generell Anlässe für persönlichen Kontakt schaffen.
4. Erfolgreiche Wege beibehalten.