



MANUELA LIETZ

**D**arfs ein bisschen mehr sein? Gemeint ist freundlicher Dienst am Kunden, die angenehme Betreuung und kompetent-flexible Bedienung! Das Gegenteil erlebte ich leider

kürzlich in einer Parfümerie, als ich um den Lippenstift bat, den ein Model auf einem Werbeplakat trug. Die Verkäuferin sah mich an, als könne ich nicht bis drei zählen und sagte dann: »Das ist eine Fotomontage und den Lippenstift gibt es nicht.« Mit etwas Flexibilität hätte mir der Wunsch erfüllt und gleich zwei Produkte verkauft werden können, nämlich ein Lippenstift in der gewünschten Farbe und ein Lipgloss für schöne Reflexe. Zum Glück gibt es auch vorbildliche Beispiele! Gute Parfümerien zeigen, worauf es beim Service ankommt, wie sie jeden Kontakt mit dem Kunden zu einer Umsatzsteigerung nutzen können und wie sie mit Einsatz einfacher Hilfsmittel, wie Fachwissen und Freundlichkeit, den Zusatzverkauf und die Zufriedenheit der Kunden steigern können (siehe auch S. 36-38).

Dort wissen die Mitarbeiter, wie lohnend es ist, serviceorientiert zu verkaufen, immer mit dem Ziel, Servicequalität und Verkaufsaktivität zu optimieren. Erlebniswelten sind nach wie vor ein wichtiges Thema beim Verkauf. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt! Inszenieren Sie Aktionen zu verschiedenen Ländern, Aktionen für einen guten Zweck oder Workshops mit Feng Shui-Profis, Dermatologen oder Parfümeuren. Erlaubt ist, was gefällt, denn Service bedeutet Verkaufen und Verkaufen bedeutet Service!

In jeder Ausgabe: Trainerin Manuela Lietz gibt Tipps für Verkaufs-Profis.

Manuela Lietz, [lietz@mlcom.de](mailto:lietz@mlcom.de)