

back.intern.

#meinjob

Besser
sein – besser
werden!

Mein Auftritt

Die Checkliste für
perfektes Aussehen
im Verkauf

Seite 55

So gewinnt man Stammkunden

Der Trick mit dem
Rollentausch Seite 16

IMPRESSUM

back.intern. #meinjob

Vierte Auflage 2022

© 2020 Institut für Absatzförderung im Backgewerbe –
Verlags- und Marketinggesellschaft mbH,
Amtsgericht Hannover, HRB 216289
Alle Rechte vorbehalten.

Geschäftsführung: H. Jürgen Gießler, Mario Töpfer,
Hubertusstraße 1, 30163 Hannover,
info@back-intern.de, www.back-intern.de

Autor: Jürgen Ackermann

Lektorat: Ingrid Broßeit, H. Jürgen Gießler

Layout: Cornelia von Saß

Druck: Leinebergland Druck, Alfeld

Bildhinweise: Petar Chernaev (S.1, 18), Todor Tsvetkov (S.6), Boggy (S.10), AboutLife (S.13, 14), Alina (S.16), rh2010 (S. 21, 28), contrastwerkstatt (S.22, 86), kzenon (S.27, 66), andresr (S.32, 50), Marco2811 (S.35), stockfour (S.36), GaudiLab (S.39), Sergey Ryzhov (S.40), filadendron (S.44), Kerkez (S.47), ssstocker (S.48), sergeyryzhov (S.49), Wavebreak-mediaMicro (S.54), proxyminder (S.56), paketesama (S.57), SDI Productions (S.59), volha (S.61), PeopleImages (S.62), ma-no (S.69), Lightfield Studios (S.70), Krakenimages.com (S.76), AaronAmat (S.80), fotogestoeber (S.83), g-stockstudio (S.85), Freepik

Anmerkung: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

ISBN 978-3-00-067216-3



9 783000 672163

Willkommen!

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bäckereifachgeschäft,

die Anforderungen an Sie haben sich in den letzten Jahren von Grund auf geändert. Ging es früher vorrangig um den Verkauf eines eher überschaubaren Sortiments, die Kassenabrechnung und die Pflege von Theke und Laden, so stehen Sie beim heutigen modernen Verkauf vor vielen neuen Herausforderungen.

Klassische Themen wie Inhaltsstoffe & Allergene, Betriebswirtschaft & Marketing, Vertragsrecht & Verbraucherschutz bilden die Grundlage Ihres Fachwissens. Doch an Ihrem Arbeitsplatz geht es um vieles mehr. Sie präsentieren dort nicht nur ein hochwertiges Frischesortiment, sondern Sie repräsentieren Ihren Betrieb. Es geht also um Ihre Präsenz und Kompetenz. Im Vordergrund stehen daher der positive Gesamteindruck, der erfolgreiche Verkauf, die anspruchsvolle Kundenpflege und die konstruktive Teamarbeit mit den Kollegen. Sie haben täglich mit unterschiedlichen Kunden und Kollegen und ebenso unterschiedlichen Ansprüchen, Wünschen und Temperamenten zu tun. Zunächst also müssen Sie allen damit verbundenen Anforderungen gerecht werden, dann können Sie mit Ihrem Fachwissen glänzen.

In diesem Heft finden Sie kurz und übersichtlich praktische Tipps & hilfreiche Tricks für den positiven Umgang mit Ihren Kunden und Kollegen. Denn beides führt dazu, dass sich nicht nur Ihre Kunden wohlfühlen, sondern auch Sie und Ihr Team.

Viel Freude beim Lesen & Lernen und
viel (Verkaufs-)Erfolg wünscht Ihnen

Ihr

Jürgen Ackermann
Schulungsleiter back.intern.



INHALT

Register 1

VERKAUFS-GESPRÄCHE

Begrüßen, Abrechnen & Verabschieden	Seite 11
„Guten Tag“ ... Der 1. Schritt zum Erfolg	Seite 11
Bitte nicht: „Der Nächste bitte ...“	Seite 11
Abrechnen: So macht Bezahlen Freude	Seite 12
„Auf Wiedersehen“... als Stammkunde	Seite 15
So gewinnt man Stammkunden	Seite 15
Der nützliche Trick mit dem Rollentausch	Seite 16
Einladung zum Verkaufsgespräch	Seite 19
Die wichtige „Einstiegsfrage“	Seite 19
Tipp: „Was darf ich Ihnen anbieten?“	Seite 19
Aufmerksamkeit muss man zeigen	Seite 20
Beratung & Empfehlung	Seite 23
Beratungs-Verkauf mit Geschmacks-Gefühl	Seite 23
Tipp: Nutzen Sie Geschmacksadjektive	Seite 24
Empfehlungs-Verkauf mit Ideen	Seite 26
Tipp: Wie wär's mit <i>Ihrem</i> Lieblingsbrot?	Seite 26
Brötchen & Kuchen: Vielfalt strukturieren	Seite 26

Register 2

VERKAUFS-TECHNIKEN

Die richtige Verkaufs-Technik	Seite 33
Den Kunden immer im Blick behalten	Seite 33
Tipp: Die Wirksamkeit der Körpersprache	Seite 33
Die wichtigen Anschlussfragen	Seite 34
Offene Frage: Der Verkauf geht weiter	Seite 34
Geschlossene Frage: Nichts geht mehr ...	Seite 34
Tipp: Erstellen Sie neue „Offene Fragen“	Seite 35
Kostproben & Aktionen	Seite 37
Kunden auf den Geschmack bringen	Seite 37
Die Wirkung des Geschmacks-Adjektivs	Seite 37
Motivation aktivieren	Seite 38
Bei Flaute: Jetzt erst recht!	Seite 38

*Register 3***GESCHÄFT, THEKE, REGAL**

Zwischen Produktion & Verkauf	Seite 45
Der Blickwinkel der Kunden zählt	Seite 45
Auch mal bei der Konkurrenz gucken ...	Seite 45
Die Theke: Erfolg mit „Thekenplan“	Seite 46
Lücken kann man nicht verkaufen	Seite 46
Das Brotregal	Seite 48
Der Trick mit dem „Kunst-Griff“	Seite 48

*Register 4***MEIN AUFTRITT**

Persönliches Erscheinungsbild	Seite 55
Arbeitskleidung: Immer tipptopp	Seite 55
Im Blickfeld: Hände & Haare	Seite 57
Pssst ... Bitte Diskretion	Seite 58
Heikles Thema: Husten, Schnupfen, Niesen	Seite 60

*Register 5***ORDNUNG, HYGIENE**

Frische stellt hohe Ansprüche	Seite 67
Die Theke ist kein Abstellplatz	Seite 67
Blitzblanke Maschinen	Seite 68
Verzehrbereich: Im Blick behalten	Seite 70
Abfallbehälter regelmäßig leeren	Seite 70
Fußboden: Achtung Rutschgefahr	Seite 72
Poster, Flyer und Co.	Seite 75

*Register 6***REKLAMATION, BESCHWERDE**

Herausforderungen meistern	Seite 81
Unterschied: Reklamation und Beschwerde	Seite 81
Tipp: Versetzen Sie sich in den Kunden	Seite 82
Nobody is perfect: Schwierige Kunden	Seite 84
Zu guter Letzt – Umgang im Team	Seite 88

A man with a beard, wearing a blue and white plaid shirt, is seen from the side, looking at a display of bread in a bakery. The bread is arranged on wooden shelves. The background is dark, making the bread stand out. The text 'Verkaufs-Gespräche' is overlaid in white, serif font.

Verkaufs- Gespräche



**VERKAUFS-
GESPRÄCHE**

**VERKAUFS-
TECHNIKEN**

**GESCHÄFT,
THEKE, REGAL**

**MEIN
AUFTRITT**

**ORDNUNG
HYGIENE**

**REKLAMATION
BESCHWERDE**



VERKAUFS-GESPRÄCHE

Begrüßen, Abrechnen, Verabschieden

„Guten Tag“ – Der 1. Schritt zum Erfolg

Alles beginnt damit, dass der Kunde Ihren Laden betritt und etwas kaufen möchte. Es ist Ihre „angenehme Pflicht“, ihn höflich und herzlich willkommen zu heißen. **Achten Sie einmal darauf, wann bei Ihnen der Kunde begrüßt wird.** Zu oft hat es sich eingeschlichen, dass Kunden erst dann die gebührende Aufmerksamkeit erfahren, wenn sie direkt an der Theke stehen. Auch wenn Sie gerade bedienen – ein Lächeln, ein kurzer Blick zum eintretenden Kunden genügen, dass dieser sich angenommen fühlt. Und dann auch gerne wartet, bis er dran ist. Wenn gerade richtig viel Betrieb ist, mag es schon mal schwierig sein, jeden einzelnen Kunden mit einem Lächeln zu empfangen. Doch das ist die Ausnahme. In der Regel haben Sie diese Sekunde Zeit.



Guten Tag

Bitte nicht: „Der Nächste bitte ...“

Wenn Sie Ihren Kunden gleich beim Betreten des Geschäfts begrüßen, sich ihm schon an dieser Stelle zuwenden, kann eine Floskel wegfallen, die leider viel zu oft und gerne mit kraftvoller Stimme in die Runde der wartenden Kunden geschmettert wird: „Der Nächste bitte“. An einem Samstag oder Sonntag, an dem die Warteschlange bis auf den Bürgersteig reicht, verliert man den Überblick schon mal, keine Frage. Doch zu normalen Zeiten, in denen die Wartezeit für den Kunden kurz ist, sollten Sie wissen, wer an der Reihe ist. Das zu schaffen ist eine reine Übungsarbeit. **Hat man sich erst einmal angewöhnt, die hereinkommenden Kunden im Blick zu haben, kommt die Kundenansprache in der richtigen Reihenfolge fast von selbst.**



Der Nächste
bitte ...



Abrechnen: So macht Bezahlen Freude

Nach dem Verkauf geht es ans Bezahlen. Auch diesen Verkaufsvorgang können Sie durch Ihr Verhalten positiv gestalten. Das klappt allerdings nicht, wenn dem Kunden nach einem schnellen, wortlosen Eintippen ein knappes „Eins achtzig“ entgegengeschmettert wird. Bei dieser Kurzfassung hilft auch ein angehängtes „bitte“ nicht mehr.

Folgende Tipps werten den Kassiervorgang auf – und damit auch Ihre Position.

1 *Sprechen Sie immer in ganzen Sätzen.*

Zwei, drei Worte mehr kosten nicht viel Zeit, hinterlassen aber einen starken Eindruck.

2 *Nennen Sie den Artikel beim Namen*

Z.B.: „Ihre Gerstenkruste macht einen Euro achtzig“.

3 *Zählen Sie auch bei der Kasseneingabe mehrerer Artikel die Produkte einzeln mit dem Preis auf.*

Damit behält der Kunde die Übersicht und hat das angenehme Gefühl der Kontrolle über seinen Einkauf.

4 *Zeigen Sie beim Kassieren niemals Ungeduld!*

Auch wenn der Laden voll ist: Der Bezahlvorgang ist eine sensible Angelegenheit – vor allem für ältere Kunden. Geben Sie jedem Kunden genügend Zeit und Raum, in Ruhe zu bezahlen, das Wechselgeld nachzuzählen, sicher wegzustecken und die Ware einzupacken. Ihre Ruhe strahlen Sie auch auf die anderen wartenden Kunden aus. Und häufig ersparen Sie sich damit mögliche spätere Reklamationen.



Ihre Gerstenkruste macht 1,80 Euro.



**VERKAUFS-
GESPRÄCHE**

**VERKAUFS-
TECHNIKEN**

**GESCHÄFT,
THEKE, REGAL**

**MEIN
AUFTRITT**

**ORDNUNG
HYGIENE**

**REKLAMATION
BESCHWERDE**