

Modul 1: Das fachliche Rüstzeug für eine optimale Badgestaltung

1.1 Grundlagen der Bad- und Raumplanung

Erfahren Sie alles über die sieben Gestaltungsregeln für kompetente Kundenberatung:

- klares Design
- optimaler Material-Mix
- ansprechende Farbauswahl
- die richtige Beleuchtung
- gepflegtes Ambiente in verschiedenen Stilgruppen
- Verzicht auf Überflüssiges
- Zusatzausstattungen

Die Renovierung/Sanierung des Badezimmers oder die Einrichtung eines neuen Badezimmers ist für die Kunden ein Erlebnis, das sie in der Regel ein- bis zweimal im Leben haben. Entsprechend groß ist die Unsicherheit und damit der Beratungsbedarf.

Als Grundlage jeder Beratung müssen der Bedarf des Kunden und seine individuellen Ansprüche an das neue Badezimmer ermittelt werden. Häufig hat er bereits einige Ideen, benötigt aber die Hilfe der Fachleute, da im Badezimmer sehr viel Technik zum Tragen kommt – vor und unter den Belägen, vor und hinter der Wand.

Erst wenn der Berater mit dem Kunden zusammen dessen persönlichen Bedarf an Einrichtung und Ausstattung im Bad definiert hat, geht es an die Auswahl der passenden Wand- und Bodenbeläge sowie der sanitären Einrichtungsgegenstände und Badmöbel.

1.2 Grundkenntnisse der fachgerechten Verlegung von keramischen Fliesen und Platten auf unterschiedlichen Untergründen

Ein optimal vorbereiteter Untergrund ist Voraussetzung für eine fachmännische und technisch einwandfreie Fliesenverlegung. Die Teilnehmer lernen unterschiedliche Untergründe und deren Eigenschaften kennen und wissen, welcher Untergrund für die Verlegung von Fliesen geeignet ist. Hinzu kommt die fachgerechte Bearbeitung der Untergründe und die richtige Materialauswahl.

1.3 Wirkung von Material, Farben und Formaten in geschlossenen Räumen

Das Bad hat sich im Laufe der Zeit von der Nasszelle zum Wellness-Raum entwickelt. Dabei spielt neben der Funktion die optische Wirkung eine entscheidende Rolle: In einem Bad, das einem nicht gefällt, kann man sich nicht wohlfühlen.

Wer sein Bad neu plant oder renoviert, wünscht sich Atmosphäre, Stimmung und Behaglichkeit. Dieses lässt sich für jede Badgröße und jeden Grundriss erzielen. Das Angebot der Hersteller an Formaten und Farben ist nahezu unbegrenzt. Für jeden Geschmack findet sich die passende Fliese. Der Phantasie und Verwirklichung sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Form, Format und Farbe einer Fliese haben einen erheblichen Einfluss auf die Raumwirkung. Farben können jedem von uns ein starkes Temperaturempfinden vermitteln. Blaue und blaugrüne Farbtöne wirken kühl und frisch, während Farbtöne von Gelb, Orange und Rot warm wirken.

Jede Farbe übt auf den Betrachter einen bestimmten Reiz aus, der charakteristisch für diese Farbe ist. Dies wird von einzelnen Menschen unterschiedlich empfunden, aufgrund ihrer persönlichen Natur und aufgrund der Tatsache, dass zu einer Farbbezeichnung viele verschiedene Farbtöne gehören. Es gibt eben nicht "das Blau", sondern viele verschiedene Blautöne.

Ebenso ist es mit allen anderen Farben. Und der Eindruck eines Farbtons kann sich durch die Umgebung beträchtlich verändern. Deshalb haben die Eigenschaften, die einer bestimmten Farbe zugeordnet werden, auch eine gewisse Bandbreite sowohl mit positiven als auch mit negativen Aspekten. – Lernen Sie, damit zu arbeiten! Denn jede Farbe hat ihre eigene Qualität und damit ihr ganz speziellen Assoziationen und Wirkungen, die für die meisten Menschen Gültigkeit haben. Das Wissen um diese Wirkungen kann bei der Gestaltung berücksichtigt werden, um Emotionen leichter zu transportieren. Grundlagen sind dabei die Farblehre nach Goethe und Itten. So lernen Sie mit der richtigen Farbauswahl Ihre Kunden emotional anzusprechen und zu begeistern!

1.4 Fliesentypen unterscheiden, sowie die technischen Eigenschaften von Boden- und Wandbelägen für die Anwendungsbereiche kennen

Wie unterscheide ich Fliesentypen bei Boden- und Wandbelägen? Welche technischen Eigenschaften haben die unterschiedlichen Materialien? Diese umfangreichen Fachbereiche zum Thema Fliesen und Platten wird Ihnen im ersten Modul von Dozenten vermittelt, die wissen, worum es geht.

- Fliesenarten (z.B. Steingut, Steinzeug, Feinsteinzeug, Cotto, grobkeramische Produkte, etc...) und deren Anwendungsgebiete kennen
- Die unterschiedlichen Flieseneigenschaften sicher einordnen können (Maße, Oberflächenbeschaffenheit, Wasseraufnahmefähigkeit, physikalische Eigenschaften usw.)

1.5 Badezimmermodernisierung visuell ansprechend gestalten

- Collagen
- CAD-Planung inkl. Mengenermittlung
- Farben, Formate, Angebote in der Ausstellung präsentieren
- Möglichkeiten der Bad- und Raumplanung mit CAD-Software
- Vorstellung der Planungsmöglichkeiten anhand der CAD-Software „VI-Soft“
- Vorteile von CAD-Software zur Badplanung
- Grobübersicht CAD-Programme
- Funktionen und Eigenschaften von Vi-Soft

Modul 2: Die eigene Persönlichkeit im Umgang mit Kunden wirkungsvoll einsetzen

Verkaufserfolg hängt vor allem mit der Persönlichkeit des Verkäufers zusammen. Aus diesem Grund ist es wichtig, sich mit der eigenen Persönlichkeit auseinander zu setzen, und seine Stärken und Entwicklungspotenziale kennen zu lernen.

Wir alle wissen: „Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck“. Dieser entsteht meist zu einem Zeitpunkt, zu dem noch kein einziges Wort gesprochen wurde. Haltung, Gesichtsausdruck und äußeres Erscheinungsbild senden schon vorher deutliche Signale. Wir wirken immer – mit unseren Verhaltensmustern. Deshalb ist es wichtig zu wissen, welche Verhaltensweisen gut ankommen. Wirkung erzielen wir über unser äußeres Erscheinungsbild, was sich u. a. durch Körperhaltung, Kleidung und Frisur ergibt. Ganz entscheidenden Einfluss darauf ob wir „ankommen“, haben unsere Sprechweise, Mimik und Gestik.

Außerdem spielt die Rhetorik im Alltag eines Verkäufers/Beraters eine große Rolle. Die Wirkung der Rhetorik beinhaltet sowohl die Grundlagen der Kommunikation, die Verkaufstechniken als auch die Grundlagen einer gelungenen Präsentation (in der Fliesenausstellung). Sie erfahren das Wichtigste über die Wirkung der Sprache und wie Sie die richtigen Worte im Verkaufsgespräch einsetzen.

2.1 Struktur des eigenen Arbeitsbereiches und effektives Zeitmanagement

In diesem Themenbereich lernen Sie die Techniken des Zeitmanagements zu beherrschen und diese in Ihrer persönlichen Verkaufstätigkeit anzuwenden. Nach diesem Modul werden Sie in der Lage sein, klare Ziele für Ihren Arbeitsbereich zu definieren und umzusetzen, damit Sie vorgegebene Ziele erreichen können, sowie systematisch und wirtschaftlich zu arbeiten.

Modul 3: Vom Erstkontakt bis zum Abschluss: Der Mobile Verkaufszyklus – 6 Schritte zum Verkaufserfolg

Neben der allgemeinen Struktur eines Verkaufsgesprächs werden die wichtigsten Verkaufstechniken behandelt. Ziel ist es, dass Sie diese Verkaufstechniken in verkaufstypischen Situationen zielgerichtet anwenden können.

Kontakt herstellen: Wenn Sie mit einer Person zum ersten Mal zu einer privaten oder geschäftlichen Besprechung zusammenkommen, haben Sie innerhalb der ersten zwei bis sechs Minuten entschieden, ob und in welchem Maße sie Ihren Gesprächspartnern vertrauen oder misstrauen.

Bedarfsanalyse: Zu den notwendigen Zahlen, Daten und Fakten, die für die Angebotsstellung gebraucht werden, gilt es herauszufinden, wieso der Kunde das will, was er will – die Motivation für sein Handeln.

Im Verkauf und Vertrieb gibt es unterschiedliche Anlässe, bei denen die Präsentation eine Rolle spielt. Dies kann beispielsweise die Produktpräsentation bei der Vorstellung neuer Produkte sein, oder die Präsentation einer neuen Marketing- oder Vertriebsstrategie im Unternehmen.

Der Klassiker einer Präsentation ist allerdings das persönliche Verkaufsgespräch, bei dem der Verkäufer sowohl sich, sein Unternehmen und das Produkt gleichzeitig präsentiert.

Wir trainieren die Gestaltung von Verkaufsgesprächen, die Darstellung der Argumente (Argumentationsphase) und den Einsatz überzeugender Argumente. Sie lernen Fragetechniken richtig einzusetzen. Schließlich kommt es im Verkaufsgespräch darauf an, nicht nur zu hören, was der Gesprächspartner sagt, sondern auch darauf zu achten, wie er sich verhält und spricht.

Nachdem alle wesentlichen Argumente ausgetauscht wurden, und die Konditionen klar sind, ist es an der Zeit, den Abschluss aktiv einzuleiten. Die Phase ist für Erfolg oder Misserfolg der bisherigen Bemühungen entscheidend. Oftmals machen Verkäufer in dieser Phase gravierende Fehler – wer sie kennt, kann sie vermeiden.

Klarheit und Verbindlichkeit sind die wesentlichen Voraussetzungen, um den Abschluss positiv herbeizuführen. Im Kommunikationsmodell der „Vier Ohren und vier Schnäbel nach Schulz v. Thun“ wird u.a. aufgeführt, dass ein klarer Appell gesendet werden muss, um Menschen zu einer gewünschten Handlung anzuleiten. Hier lernen Sie die praktische Umsetzung.