

Checkliste: Händedruck

Bedenken Sie mit Blick auf Ihre Kunden und Ihre Marke die folgenden Punkte:

- Reihenfolge: Fange ich beim ersten Offizier an oder bei den Damen?
- Wahl der Hand: Das ist in der Regel die rechte – bei meinen Kunden auch?
- Sinneswahrnehmung Hand: Sieht meine Hand gepflegt aus? Fühlt sie sich angenehm an?
- Druck: Welcher vermittelt bei meinen Kunden den richtigen Eindruck? Wenn Sie es mit Asiaten zu tun haben, kommt ein kräftiger Druck als ungehobelt rüber. In westlichen Kulturen gilt dagegen der lasche Händedruck als Zeichen der Schwäche und der Unentschlossenheit.
- Alternative Begrüßung, wenn ein Händedruck gerade nicht möglich ist: Welche Geste empfindet mein Kunde als wertschätzend? Ein Nicken, ein Winken?

**LIMBECK.
VERKAUFEN.****GABAL**

© 2018 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
Auszug aus »Limbeck. Verkaufen.«
ISBN 978-3-86936-863-4
Kopie oder Weitergabe nicht erlaubt

www.limbeckgroup.com
www.gabal-verlag.de