

Kundenorientierung

Von und mit Werner Bierend

Video Inhalte-Protokoll

Füllen Sie die Leerfelder mit den im Video angesprochenen Inhalten. So ist sichergestellt, dass sich der Lernerfolg noch intensiver einprägt.

I. Am Kunden orientieren

Zufriedenheit beim Kunden bindet ihn langfristig

1. Was sich Kunden wünschen:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Aufmerksamkeit, wie aktive Ansprache, Zuhören etc.?▪ Konzentration auf das Wesentliche!▪ Service / Dienstleistungen, die das | Kaufen angenehm machen <ul style="list-style-type: none">▪ Vertrauen / sagen und tun Sie nichts was Sie nicht halten können▪ Bequemlichkeit für den Kunden |
|---|--|

2. Was verärgert Kunden:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Kauderwelsch rund um das Produkt▪ Schlechter Service | <ul style="list-style-type: none">▪ Nicht eingehaltene Versprechen▪ Desinteresse und Arroganz▪ Ignoranz |
|---|--|

Kunden denken nicht in Produkten

3. Kundenorientierung ist Einstellungssache, es geht darum den Kunden mit allen seinen Fehlern so zu akzeptieren wie er ist, nämlich:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ sensibel / er will eine vertrauensvolle menschliche Beziehung beim Kauf▪ unzureichend informiert, auch | wenn der Kunde vom Gegenteil überzeugt ist <ul style="list-style-type: none">▪ ungeschickt in der Formulierung seiner wirklichen Bedürfnisse |
|---|--|

4. Eine positive Einstellung zum Kunden ist entscheidend. Wer Schwierigkeiten hat, **persönliche Beziehungen** aufzubauen, ist an den Kontaktstellen zum Kunden fehl am Platz.

5. Gute Produkte sind nur **die Basis** für ein Geschäft. Vermeiden Sie Produktverliebtheit und stattdessen Sie das Produkt nur mit dem aus, was der Kunde wirklich braucht (Bohrmaschine).

6. Fazit zu „am Kunden orientieren:

- Kunden **ständig befragen** und beobachten
- **Kundenbeobachtung** institutionalisieren

Kundenorientierung

Von und mit Werner Bierend

Video Inhalte-Protokoll

II. Kunden Orientierung geben

7. Zufriedenheit entsteht im Bauch. Welches sind die wichtigsten Faktoren auf dem Weg dorthin?

- **Nice to have Faktoren**, wie z. B. Tasse Kaffee für gutes Klima
- **1. Basisfaktoren**, wie z. B. fehlerfreie Produkte verhindern Unzufriedenheit
- **2. Leistungsfaktoren**, wie z. B. kostenlose Aufbauhilfe schaffen Wettbewerbsvorteile
- **3. Begeisterungsfaktoren**, wie z. B. vollgetanktes Auto schaffen Zufriedenheit
- **4. Over-Kill Faktoren**, wie z. B. Aufdringlichkeit verhindern Zufriedenheit

Wenn Sie 1 bis 2 Begeisterungsfaktoren bieten können, ist das völlig ausreichend.

8. Serving is believing! Geben Sie einzelne Merkmale als **Servicegarantien** , es sind Begeisterungsfaktoren.

Bei Nichterfüllung müssen Sie bluten, z.B. durch

- **Geld, Nachlass, Skonto**
- **Ware oder**
- **Entschuldigung / Anstand.**

9. Fazit:

- Kundenorientierung ist **Einstellungssache**
- Kundenzufriedenheit ist **Verhaltenssteuerung**

Was kann ich für mich in Zukunft umsetzen? Meine Ideen dazu!
