



„Das merk ich mir!“ ein Tag im Leben eines Kunden!

Über die Folgen fehlender und ausgezeichneter Kundenorientierung und Servicequalität in Handel und Dienstleistung!

Guten Tag ...,

„Ging es Ihnen auch schon einmal so?“
heute möchte ich Ihnen von einem (außer-?) gewöhnlichen Tag meines Leben als „Kunde“ berichten:

Der Vormittag...

Nach einem ziemlich unbefriedigenden Morgen, an dem ich in endlosen Warteschleifen diverser Hotlines aufgrund eines akuten PC-Problems hing und zuletzt mit einem Rückruf vertröstet wurde, wollte ich über Mittag noch „schnell“ ein Brot bei meinem „Bäcker um die Ecke“ besorgen. Ich war in Eile, da ich immer noch auf den Rückruf des PC-Services wartete. Deshalb freute ich mich beim Betreten der Bäckereifiliale, dass keine weiteren Kunden vor mir waren und sah mich im Geiste schon wieder zu Hause im Büro sitzen. Umso mehr wunderte ich mich, dass es fast zwei Minuten dauerte („gefühlte“ 10 Minuten) bis die Verkäuferin mich wahrnahm (nachdem sie bis dahin in aller Seelenruhe diverse Backwaren eingeräumt und sämtliche Auslagen mit einem Besen von Krümmeln befreit hatte....). Nun bin ich ja grundsätzlich ein positiv denkender Mensch und dachte mir zunächst, dass sie mich vielleicht nicht gehört hatte, obwohl ich – wie üblich – laut und freundlich begrüßt hatte... nun ja und so ausgehungert sah ich nun auch nicht gerade aus, dass „Frau“ mich hätte übersehen können.... Während es dann sicher eine weitere Minute dauerte bis sie mich in etwas mürrischem Ton fragte, „was ich denn gerne wolle?“ spürte ich dann doch, wie der Adrenalinspiegel langsam aber sicher anstieg! Nachdem sie dann noch in aller Gemütlichkeit mein Brot in eine Tüte gepackt hatte und mich beim Bezahlen mit einem 50 Euro-Schein genervt gefragt hatte, „ob ich es denn nicht kleiner hätte?“, musste ich mich wirklich bremsen, nicht ironisch zu werden und sie zu fragen, ob sie es immer so stressig habe...? Nun gibt es sicherlich auch im Leben einer Bäckereifachverkäuferin nicht immer gute Tage und unter dem Gesichtspunkt könnte man ja vielleicht ein Auge zudrücken, wenn dies nicht bereits das wiederholte Erlebnis dieser Art in dieser Bäckerei gewesen wäre. Und so verließ ich ziemlich genervt den Laden mit dem festen Vorsatz, diesen NIE wieder zu betreten... Auf dem Weg nach Hause traf ich eine Nachbarin, der ich auf ihre Frage, was ich denn „Feines“ gekauft hätte, die Geschichte brühwarm erzählen musste, denn schließlich hatte auch ich das menschliche Bedürfnis meinen Frust loszuwerden – selbstverständlich ergänzt um den Tipp, dort bloß NIE einzukaufen....

Der Nachmittag...

Um 14 Uhr erhielt ich dann endlich den ersehnten Rückruf in Sachen PC mit der Mitteilung, dass der Techniker FRÜHESTENS am nächsten Nachmittag vorbeischauen könne. So war also ans Weiterarbeiten nicht zu denken und ich beschloss mir etwas Gutes zu tun und den Nachmittag zu nutzen, um mir noch ein neues „Outfit“ für ein bevorstehendes Familienfest zu kaufen. Hoch motiviert suchte ich ein Modegeschäft im Ort auf, das neu eröffnet hatte. Nachdem ich von der ersten Verkäuferin mit der Frage „Sie kommen zurecht, oder?“ mir selbst überlassen wurde und sie sich wieder dem Einräumen von Ware widmete (woran sie offensichtlich mehr Spaß hatte...), schaute ich mir etwas ziellos einige Teile der neuen Mode an, bis ich beschloss, mich doch durch eine der Fachkräfte im Geschäft unterstützen zu lassen. Es dauerte eine ganze Weile, bis ich endlich in einer Ecke des Geschäftes zwei Verkäuferinnen in angeregter Diskussion über offensichtlich private Themen antraf. Eine Sprechpause der beiden nutzte ich, um – höflich – zu fragen, ob mir denn jemand behilflich sein könne, was eine der beiden – wenn auch etwas widerwillig – bejahte. Die Lustlosigkeit der Verkäuferin ließ mir die Lust am Einkauf jedoch vollends vergehen und so verließ ich das Geschäft unvernichteter Dinge – mit dem Vorsatz, beim nächsten Mal wieder in meine „Stammboutique“ zu gehen.

Der Abend... und es kam noch schlimmer...

Was konnte diesen unbefriedigenden Tag nun bloß noch retten? Nun ja, die Aussicht auf ein Treffen zum Abendessen mit einer guten Freundin stimmte mich trotz allem ganz positiv. Nachdem wir in einem neuen Restaurant auf unser Essen, das uns von einem nicht gerade freundlichen Ober serviert wurde, fast 40 Minuten warten mussten (wohl bemerkt ohne Entschuldigung), weitere 30 Minuten vor leeren Gläsern saßen, ohne dass dies jemand auch nur ansatzweise interessiert hätte, dauerte es weitere 20 Minuten bis wir endlich bezahlen durften – immerhin genügend Zeit, um ausführlich von meinen „Einkaufserlebnissen“ des Tages zu berichten... Klar war jedenfalls, wie mein Urteil zum neuen Lokal im Bekanntenkreis – der immer an guten kulinarischen Tipps interessiert ist – ausfallen würde...

Mein Resumee zu diesem Tag:

Zum Glück gibt es ja nicht nur Tage dieser Art in meinem Leben als Kunde, doch Tatsache ist, dass **wir Kunden uns negative Erfahrungen, besonders „gut merken“** und dies extreme Folgen aus Anbietersicht hat. Neben der Konsequenz, dass der unzufriedene Kunde selbst nicht wiederkommt, **ist der wirtschaftliche Schaden, der durch negative Mundpropaganda entsteht, nicht hoch genug einzuschätzen.** (Übrigens – erfuh ich kürzlich, dass die Bäckerei um die Ecke – trotz guter Lage und ausgezeichneter Ware – demnächst schließen wird...)

Dabei hätten es Einzelhändler, Gastronomen oder Dienstleister aus meiner Sicht so leicht, einen positiven Eindruck zu hinterlassen, denn **wir Kunden sehnen uns regelrecht nach gutem Service – nach dem „kleinen – (unerwarteten) Extra“, nach etwas Großzügigkeit in der – wie böse Zungen behaupten – „Servicewüste“ in unserem Lande.**

Erfreulicherweise gibt es jedoch auch immer wieder schöne Erlebnisse als Kunde. So freue ich mich bei „meinem“ Gemüsehändler auf dem Wochenmarkt über den „Apfel extra in der Tüte“ – verbunden mit einem freundlichen Lächeln – oder über die Probierhäppchen exotischer Früchte, die ich dort regelmäßig angeboten bekomme und lasse mich dabei gerne dazu „verführen“, das Eine oder Andere zu kaufen, das nicht auf meiner Einkaufsliste stand... Oder neulich, als ich mein Auto vom Kundenservice abholte und mit großer Freude feststellte, dass dieses eine „Tip-Top-Innenreinigung“ (gratis) erhalten hatte (besser kann man bei mir als „Autoputzmuffel“ wirklich nicht punkten). Hellauf begeistert erzählte ich dies am Abend zwei meiner Freundinnen, die ich mit meinem Auto abholte.

In Zeiten intensiven Wettbewerbes in allen Branchen und gestiegenen Ansprüchen der Kunden reicht es heutzutage nicht mehr aus, Kunden „nur“ zufrieden zu stellen, deren Erwartungen also „in etwa“ zu erfüllen – **um Kundenbindung oder Weiterempfehlungen zu erreichen, müssen Sie Ihre Kunden „begeistern“** – deren Erwartungen also übertreffen! (siehe Schaubild unten)

Deshalb meine Empfehlung an Sie als Verkäufer und Dienstleister: **Schauen Sie so oft wie möglich durch die „Brille des Kunden“, d. h. „merken Sie sich“, was Sie selbst als Kunde schätzen, was Sie beeindruckt, begeistert, zum (Zusatz-) Kauf oder sogar zu einer Weiterempfehlung motiviert** – und übernehmen Sie dies in Ihr eigenes Verhaltens- und Ideenrepertoire!

Nehmen Sie auf der anderen Seite genauso (oder noch intensiver) wahr, was Sie selbst als Kunde ärgert oder enttäuscht – und vermeiden Sie dies in Ihrer Rolle als Verkäufer – diese zwei Überlegungen und deren Umsetzung sind bereits die „halbe Miete“ für den Erfolg im Verkauf und für den Erfolg von Dienstleistungen!!

Dies setzt natürlich voraus, dass es Verkäufern Spaß macht, mit Kunden umzugehen, dass Kundenzufriedenheit und Kundenservice an oberster Stelle stehen – dies gilt es kritisch zu hinterfragen.

„Ich habe nie Marketing gemacht, ich habe immer nur meine Kunden geliebt“
(Zino Davidoff)

Dieses Zitat eines erfolgreichen amerikanischen Unternehmers stellt eine wichtige Grundlage der Trainings von Martina Hörmann (Autorin dieses Beitrags und seit einigen Monaten im Team der TrainerSocietät Berlin) zum Thema „Verkauf, Kundenorientierung, Beschwerdemanagement“ etc. dar. Wichtiges Ziel der Trainings ist deshalb, eine positive Einstellung zum Kunden und zum Verkauf zu vermitteln und damit die Basis für den Erfolg im Verkauf, für Kundenzufriedenheit und Umsatzsteigerung zu schaffen.



Quelle: Ederer/ Seiwert, „Das Märchen vom König Kunde“

Weitere Informationen zur Trainerin und zum Trainingsangebot finden Sie hier:

Martina Hörmann



Als wichtige Basis für meine 19-jährige, praxisorientierte Tätigkeit als Verkaufstrainerin und Vertriebscoach war ich selbst einige Jahre erfolgreich am Markt im Verkauf von Finanzdienstleistungen tätig. „Ich habe kein Marketing gemacht, ich habe immer nur meine Kunden geliebt!“ - dieses Zitat des erfolgreichen Unternehmers Zino Davidoff - als Motto meiner eigenen Verkaufstätigkeit **mehr...**

LAST MINUTE ANGEBOT:

Statt 950,00 Euro nur 750,00 Euro zzgl. Tagungspauschale und MwSt..

» **Gesprächs- und Argumentationstechnik**
12./ 13.05.2011 in Berlin (Trainerin: Ina Jachmann)
Mit Argumenten überzeugen
Durch treffsichere Argumentation und empfängerorientierte Kommunikation lässt sich die eigene Überzeugungskraft um ein Vielfaches steigern, ebenso die Gesprächsqualität. Wenn es dann noch gelingt, den Nutzen für das Gegenüber zielgenau auf den Punkt zu bringen dürfte der Gesprächserfolg garantiert sein. **mehr...**

VORANKÜNDIGUNGEN
Ausgewählte Angebote:

» **Teambuilding**
06. / 07.06.2011 in Berlin (Trainerin: Ina Jachmann)
Teams erfolgreich führen
Spitzenleistungen lassen sich heutzutage nur im Team dauerhaft erbringen. Um so wichtiger ist es zu wissen, wann ein Team ein Team ist, welche Prozesse es durchläuft und wie moderierend eingegriffen werden kann. Schon bei der **mehr...**

» **Stressmanagement**
09. / 10.06.2011 in Berlin (Trainerin: Andrea Schumann, Robert Coordes)
Stress beginnt im Kopf...
In Zeiten ständig kürzer werdender Vermarktungszyklen ändern sich auch die Rollendefinitionen und führen für viele zu einem Mehr an Unsicherheit, einem Mehr an Belastung und Stress. So wohl mit kognitiven als auch mit körperlichen Methoden kann der Einzelne einen Leistungsabfall vorbeugen, der einmal in der Stressfalle gefangen, die unweigerliche Folge ist. **mehr...**

» **Der Aikido Weg**
30.06. / 01.07.2011 in Berlin (Trainerinnen: Ulrike Serak, Ina Jachmann)
Konflikte nachhaltig lösen
Die Kampfkunst AIKIDO bietet nicht nur eine philosophische Grundlage, sondern auch konkrete Übungen, sich der Herausforderung eines Angriffs (Konflikts) zu stellen und die eigenen Handlungsmöglichkeiten zu erforschen. **mehr...**

» **Verkaufen und Präsentieren**
08. / 09.09.2011 in Berlin (Trainer: Martina Hörmann)
Überzeugend Präsentieren - erfolgreich Verkaufen
Im Training wird das eigene Auftreten beim Kontaktaufbau und im Verkaufsgespräch reflektiert. Die Körpersprache und Präsentationsfähigkeit wird mit Hilfe des Videofeedback in Bezug auf die gewünschte Wirkung analysiert. **mehr...**

» **Moderation**
23. / 24.06.2011 in Berlin (Trainerin: Ina Jachmann)
Meetings professionell gestalten und moderieren
Meetings und Besprechungen führen leider nicht immer zum gewünschten Erfolg, was vielfältige Gründe haben kann. Die Ursachenpalette reicht von mangelnder Vorbereitung, über mangelnde Prozesssteuerung bis hin zur fehlenden Verbindlichkeit der getroffenen Entscheidungen. **mehr...**

» **Projektmanagement**
16. / 17.08.2011 in Berlin (Trainer: Stephan Haensch)
Steuerung der Effizienz durch Projektmanagement
Gute Ideen bringen erst dann ausgezeichnete Resultate, wenn sie professionell geplant und durchgeführt werden. Ein Unternehmen gründen, eine Auslandsexpansion vorbereiten **mehr...**

» **Kundengespräche am Telefon**
17. / 18.10.2011 in Berlin (Trainerin: Sigrid Kohn)
Kunden am Telefon begeistern
Der häufigste Kontakt zum Kunden ist das Telefongespräch. Inhalt diese Trainings ist es, diesen Moment professionell zu gestalten und zur langfristigen Kundenbindung **mehr...**

Wir freuen uns auf Ihren Besuch **www.tsberlin.de**

Downloads:
Ansichten: 2011 als PDF (1,9 MB)
ChangeManagerAusbildung 2011 als PDF (1,2 MB)
Aikido als PDF (831 KB)

Mit freundlichen Grüßen

Ihre

Ina Jachmann

TrainerSocietät Berlin
Johann-Georg-Straße 6
10709 Berlin
Telefon 030 / 39 88 56 18
E-Mail: i.jachmann@tsberlin.de
www.tsberlin.de

Hier finden Sie uns



Wenn Sie künftig keine Informationen mehr von uns bekommen möchten, schicken Sie diese Mail einfach an uns zurück.