

Denkanstöße

Der Hilfeschrei der Kunden

Welches Unternehmen fragt sich nicht, was sich die eigenen Kunden wünschen und wie sie optimal angesprochen und umsorgt werden sollten. Um eine Antwort auf diese essentiellen Fragen zu finden, liegt ein Weg auf der Hand: Fragen.

Die Praxis zeigt allerdings, dass ein echter Dialog mit den Kunden selten bis gar nicht zu Stande kommt.

Eine aktuelle Umfrage der Fachgruppe Service des BDVT e. V. hat sich mit ebendieser Frage auseinandergesetzt. Was wünschen sich Kunden von einem Unternehmen? Was begeistert sie? Auf der anderen Seite wurden Unternehmen befragt, was



Gastautorin

Tanja Herzig

ist Diplom-Kauffrau, geprüfte Business-Trainerin BDVT und Mitglied in der Fachgruppe Service des BDVT e. V.

sie Konkretes tun, um ihren Kunden diese Wünsche zu erfüllen. Die Ergebnisse lassen einen aufhorchen. Bei den Unternehmen ist die Mehrheit der Befragten zweigeteilt.

47 Prozent gaben an, bei den eigenen Kunden mit Zuverlässigkeit, individuellen Lösungen, guter Beratung und anderen weichen Faktoren punkten zu wollen. Fast ebenso viele setzten zu 43 Prozent auf monetäre Vorteile wie Geschenke, Gutscheine oder Prämien. Weitere 10 Prozent betrachteten den Mehrwert für ihre Kunden in ihren Kernleistungen. Die gleichen Fragen den Kunden

gestellt, kamen ganz andere Ergebnisse zutage. Überraschender Weise wünschte sich fast keiner (zwei Prozent) einen finanziellen Vorteil. Ausschlaggebend waren auch nicht die Leistungen, sondern ausschließlich weiche Servicefaktoren, nämlich zu 98 Prozent. Die meisten Kunden sind begeistert, wenn sie nach ihren Wünschen gefragt werden. Fast genauso punkten Empathie und Wertschätzung, Lächeln, Schnelligkeit und Zuhören. Ebenso hoch im Kurs steht die Flexibilität der Mitarbeiter, kundenindividuelle Lösungen anzubieten und umzusetzen.

Sollten solche Umfrageergebnisse nicht zu denken geben? Aus meiner eigenen Erfahrung als Trainerin und Beraterin weiß ich, welche Bedeutung Unternehmen Preisnachlässen und Rabattaktionen beimessen. Gerade das sind Dinge, die die Kunden schlichtweg gar nicht interessieren. Dabei sind wir alle auch Konsumenten und sollten es besser wissen.

Wie kann ich euphorisch und begeistert sein, wenn ich einen Artikel 20 Prozent günstiger bekomme, aber gleichzeitig einem mürrischen Verkäufer gegenüberstehe, der mir noch nicht mal das Gefühl gibt, dass ich willkommen bin? Bestenfalls denke ich, dass ich bei dem Preis nicht mehr erwarten kann. Diese Vorgehensweise mag kurzfristig funktionieren, wirtschaftlich nachhaltig ist sie allerdings sicherlich nicht. Denn Kunden, die wirklich begeistert sind, kommen wieder, weil sie Zeit, Wertschätzung, Aufmerksamkeit, und Freundlichkeit geschenkt bekommen. Fragen Sie sich doch mal selbst:

Wann haben Sie sich als Kunde das letzte Mal richtig Willkommen gefühlt? Wann hat man Sie ernsthaft danach gefragt, was Sie sich wünschen, hat Ihnen ohne Zeitdruck zugehört und Ihre Wünsche erfüllt?

 www.zfp-tauberfranken.de