

## Gelebte Kundenorientierung als Erfolgsfaktor

Die Differenzierung, d.h. anders und besser sein als andere, ist immer noch eine der besten Strategien für Unternehmungen. Das „Anderssein“ wird durch die Strategie und das „Bessersein“ durch die Qualität und Professionalität in der Umsetzung der Strategie bestimmt. Die **TEMP-Methode®** ist ein einfaches Instrument, welche diese beiden Elemente zusammenbringt. Sie basiert auf vier Erfolgsfaktoren oder Bausteinen mit je sieben Handlungsfeldern und bildet somit ein Kompetenz-Modell für die strategische Unternehmensentwicklung.

### Die vier Erfolgsfaktoren in der TEMP-Methode®



**Teamleiter:** In KMU leitet oft eine oder mehrere Unternehmerpersönlichkeiten die Firma, er ist Chef seines Teams, gemeint ist auch das Management oder die Führungskräfte. Schlüsselkompetenzen sind unternehmerisches Denken und Handeln, Leadership sowie eine gesunde Selbstreflektion zum Lernen und um sich weiter zu entwickeln.

**Erwartungen der Kunden:** Die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf die Kunden ist der zweite Erfolgsfaktor. Der Kunde – und nur der Kunde – bestimmt, ob das Unternehmen langfristig am Markt eine Daseinsberechtigung hat. Deshalb muss mit einer **gelebten Kundenorientierung** alles getan werden, um den Kunden zufriedenzustellen oder noch besser, ihn zu einem «Fan» zu machen.

**Mitarbeiter:** Um die ständig wachsenden Ansprüche und Bedürfnisse der Kunden befriedigen zu können, braucht das Unternehmen engagierte Mitarbeiter, die hochqualifiziert und flexibel auf die Wünsche eingehen können. Je besser die Bedürfnisse auch der eigenen Mitarbeitenden erfüllt sind, desto leistungsbereiter und leistungsfähiger sind sie im Sinne der Kunden und Ziele.

**Prozesse:** Bis an den Kunden geliefert werden kann, durchläuft jedes Produkt oder Dienstleistung einen bestimmten Wertschöpfungsprozess. Diese Prozesse müssen möglichst fehlerfrei, kostengünstig und ohne Verzögerung ablaufen. Fehler bedeuten im ganzen Unternehmen eine Möglichkeit um zu lernen und besser zu werden. Ob Gewinn erzielt werden kann, ist stark von der Qualität dieser Prozesse abhängig.

### Erwartungen der Kunden bzw. Kundenorientierung

<b>E1: Kernkompetenzen entwickeln</b>	Jeder der vier Erfolgsfaktoren hat 7 konkrete Handlungsfelder. Und jedes Handlungsfeld ist ein konkreter Auftrag für die verantwortlichen Führungskräfte.  Wichtig dabei ist, dass alle Mitarbeitenden mit Kundenkontakt in den Prozess der Kundenorientierung verbindlich eingebunden werden. Entsprechende interne Aus- und Weiterbildung ist unumgänglich.
<b>E2: Zielgruppe fokussieren</b>	
<b>E3: Servicequalität steigern</b>	
<b>E4: Innovationsfähigkeit ausbauen</b>	
<b>E5: Verkauf stärken</b>	
<b>E6: Kundenzufriedenheit messen</b>	
<b>E7: Kundenbeziehungen pflegen</b>	

Dieser Prozess gestaltet sich wie folgt:

1. Standortbestimmung anhand eines elektronischen Fragebogens mit einer Skalierung 1-6.
2. Diskussion und gemeinsame Ermittlung des konkreten Handlungsbedarfes.
3. Festlegen von konkreten Zielen und daraus abgeleitet die dazu erforderlichen Aktivitäten.
4. Aktionspläne, Ressourcen, Mittel, Tools, etc. erarbeiten, Workshops durchführen
5. Neben dem Tagesgeschäft wird ein bestimmter Zeitrahmen dafür beansprucht.

**marketraining bringt Ihnen die Prozess- und Methodenkompetenz in Ihr Unternehmen und Sie bringen sich, Ihre Mitarbeitenden sowie Ihre unternehmerischen Absichten ein.**

Auf diese Weise arbeiten Sie sich stetig und systematisch heraus aus dem Durchschnitt hin zur Exzellenz.

### Praxis: Kundenorientierung

leben, bedeutet die nachstehenden 7 Handlungsfelder bzw. Kompetenzen systematisch und professionell bis hin zur Exzellenz zu entwickeln.

- 1. Kernkompetenzen entwickeln**
  - Kompetenzportfolio erstellen
  - Vergleich zum Wettbewerb
  - Kundenwert bestimmen
  - Kernkompetenzen ermitteln
  - Kompetenzlücken erarbeiten
  - Kompetenzpotenziale überprüfen
- 2. Zielgruppe fokussieren**
  - Was sind unserer Zielgruppen?
  - Warum sind sie für uns relevant?
  - Was sind die spezifischen Erwartungen jeder Zielgruppe?
  - Was ist die Deckung von Kernkompetenz und Zielgruppe?
  - Zielgruppen differenziert bewerten und Massnahmen festlegen
- 3. Servicequalität steigern**
  - Was erleichtert dem Kunden die Zusammenarbeit mit uns?
  - Unternehmerische Serviceleistungen festlegen
  - Service-Standards festlegen
  - Persönlicher Service entwickeln
- 4. Innovationskraft ausbauen**
  - Bestehende Produkte weiterentwickeln
  - Neue Produkte evaluieren und lancieren
  - Innovationsplanung erstellen
- 5. Verkauf stärken**
  - Performance & Fitness im Verkauf überprüfen
  - Check Verkauf aus Kundensicht
  - Verkaufskonzept und Plan
  - Verkaufstrichter erstellen
  - Verkaufskompetenz stärken
- 6. Kundenzufriedenheit messen**
  - Was bringt uns das? Nutzen?
  - Was ist die wahrgenommene Leistung?
  - Welche Kriterien sind relevant?
  - Kundenfragebogen entwerfen
  - Kundenumfragen durchführen
  - Massnahmen ableiten
- 7. Kundenbeziehungen pflegen**
  - Bearbeitung: schnell, richtig
  - Beratung: kompetent, freundlich, nutzenorientiert
  - Betreuung: agierend, ganzheitlich, vorausschauend
  - Beziehung: Qualifikation, Partnerschaft, Vertrauen
  - Bindung: Gemeinsamkeiten, Miteinander und Füreinander