

Kundenorientierung: Erfolgsfaktor Eins > Philosophie und Praxis



Jede Organisation verfügt unbewusst über ein eigenes Bild, eine eigene Philosophie von Kunden. Was sind darüber hinaus die Elemente wirklich gelebte Kundenorientierung:

- Innere Einstellung: Botschaft an den Kunden > Expertise, Bedürfnisorientierung, Beziehung
- Atmosphäre: Einladend, professionell, freundlich, effizient, sauber, trendig, gemütlich, etc.
- Glaubenssätze: Was denken wir über unsere Kunden und die Beziehungen zu ihnen?
- Ziele: Welche Erfahrungen sollen unsere Kunden in der Zusammenarbeit mit uns machen?
- Standards: Anhand welcher Kriterien wissen wir, dass unsere Kundenarbeit passt?
- Feedbackprozesse: Wie können sich unsere Kunden über ihre (Un)Zufriedenheit äussern?
- Verbesserungsprozesse: Was muss wie häufig passieren, damit wir etwas verbessern?

Was wird in Ihrem Unternehmen wirklich gelebt?.....

Zeichen für mangelnde Kundenorientierung



1. Die Wünsche der Kunden werden teilweise/grösstenteils ignoriert, während dem die Mitarbeiter beschäftigt sind.
2. Es wird nichts oder zu wenig für den Kunden getan, auch wenn er unzufrieden ist.
3. Die Mitarbeitenden verhalten sich so, als ob der Kunde nicht ganz zurechnungsfähig ist.
4. Die Mitarbeitenden verhalten sich so, als ob der Kunde ein Störfaktor ist.
5. Die Mitarbeitenden wiederholen ständig, was sie nicht können oder was nicht geht, bieten aber keine Alternativen und Lösungen an.
6. Die Mitarbeitenden befolgen gewisse Abläufe und Regeln, ungeachtet dessen, was der Kunde wirklich will.

Welche Anzeichen gibt es in Ihrem Unternehmen?.....

Wie ist das Profil von unzufriedenen Kunden?



- Sie sind internal motiviert, sie sind überzeugt, dass sie Recht haben
- Aufmerksamkeit ist von etwas fort, sie fokussieren auf Fehler und Mängel
- Ihre Aufmerksamkeit liegt wie ein Laserstrahl auf der Person vor ihnen, die sie betreut
- Sie haben kein Interesse, die Prozeduren des Anbieters zu befolgen
- Sie sind proaktiv, sie wollen, dass jetzt und sofort etwas passiert und sich jemand bewegt
- Sie achten auf Details, auf das was schiefgelaufen ist und was wieder repariert werden muss
- Sie glauben konsistent und sind überzeugt, dass man ihnen zu wenig Wertschätzung gibt

Was ist das Verhaltensmuster von nicht kundenorientierten Mitarbeitenden



- Sie fokussieren auf Dinge anstatt auf Menschen
- Sie sind reaktiv anstatt proaktiv und engagiert
- Ihr Verhalten richtet sich auf eigene Vorstellungen anstatt auf die Bedürfnisse der Kunden
- Sie arbeite lieber allein und unabhängig anstatt gemeinsam etwas erreichen zu wollen
- Sie sind im „von etwas fort“ Modus anstatt „zu etwas hin“ Modus
- Sie arbeiten prozedural anstatt optional und flexibel

Welche Verhaltensmuster sollten korrigiert werden?.....

Wenn mangelnde Kundenorientierung & unzufriedene Kunden zusammentreffen



| Profil aufgebrachter Kunden | Profil mangelhafter Kundenorientierung | Entstehender Konflikt |
|--|---|--|
| Internales, auf sich bezogenes Verhalten | Internales Verhalten | Jeder glaubt, er sei im Recht und der anderer im Unrecht |
| Will Optionen, Entschädigung, Gutmachung und Wertschätzung | Hält sich an stur an Prozeduren, ist unflexibel | Kunde erwartet Alternativen und Handlungsoptionen, bekommt aber nur standardisierte Prozesse |
| Ist im Modus „von etwas fort“ | Ist im Modus „von etwas fort“ | Jeder achtet darauf, was an dem, was der andere sagt, nicht in Ordnung ist |
| Erwartet, dass sich etwas bewegt, ist proaktiv, wütend bis aggressiv | Zeigt reaktives, passives Verhalten | Kunde wird zur Dampfwalze und der Mitarbeiter wird immer unsicherer |
| Personenbezogen | Objektbezogen, Problembezogen | Will, dass seine Gefühle beachtet werden, während dem sich der Mitarbeiter auf die anstehende Aufgabe konzentriert |

Praxis: Kundenorientierung leben

1. Prinzipien und Grundlagen

- Alle meine Worte verändern das Denken meiner Kunden.
- Alles was ich tue, wirkt sich auf die Gefühlslage meiner Kunden aus.
- Alles was ich tue, hat Einfluss darauf, was der Kunde über mein Unternehmen denkt.

2. Tatsachen

- Ohne Kunden sind wir nichts.
- Kunden zahlen meinen Lohn.
- Kunden zahlen meine Wohnung.
- Kunden zahlen mein Auto.
- Kunden zahlen meine Ferien.

3. Vorbild

- Was ist mein Menschenbild?
- Wie kommuniziere ich?
- Wie weit will ich wirklich dienen?
- Was schöpfe ich persönlich aus jedem Kundenkontakt?

4. Standortbestimmung

- Was sind meine Verhaltensmuster für Kundenorientierung?
- Wie ist das Profil der Kundenorientierung im Team?
- Welche Verhaltensmuster prägen die Kundenorientierung im ganzen Unternehmen?

5. Training

- Erfolgsstrategien im Umgang mit Kunden erarbeiten
- Einstellungen kennen und ändern
- Auf Kunden eingehen und zu guten Entscheidungen führen
- Umgang mit eigenen/fremden Emotionen

Stärken Sie Ihre Kundenorientierung mit markettraining

