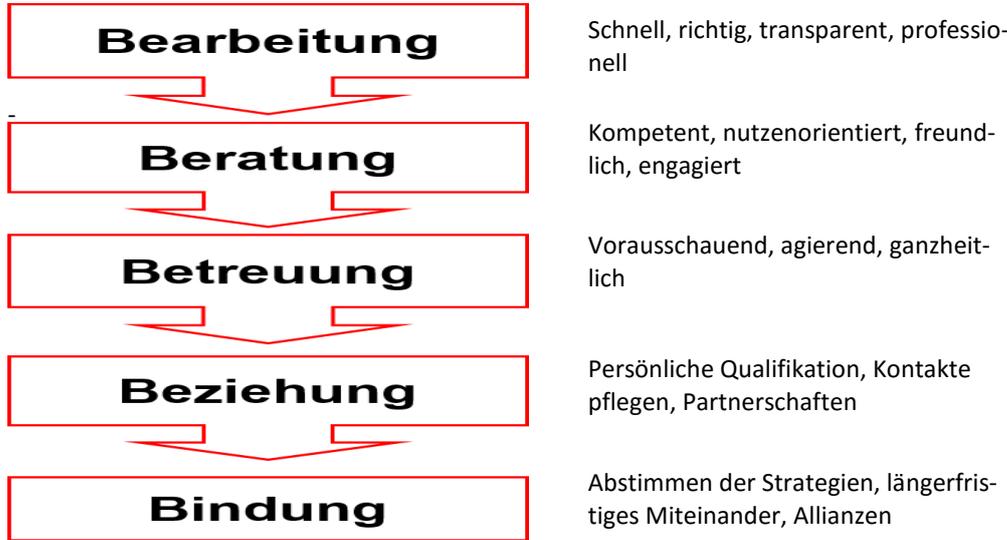


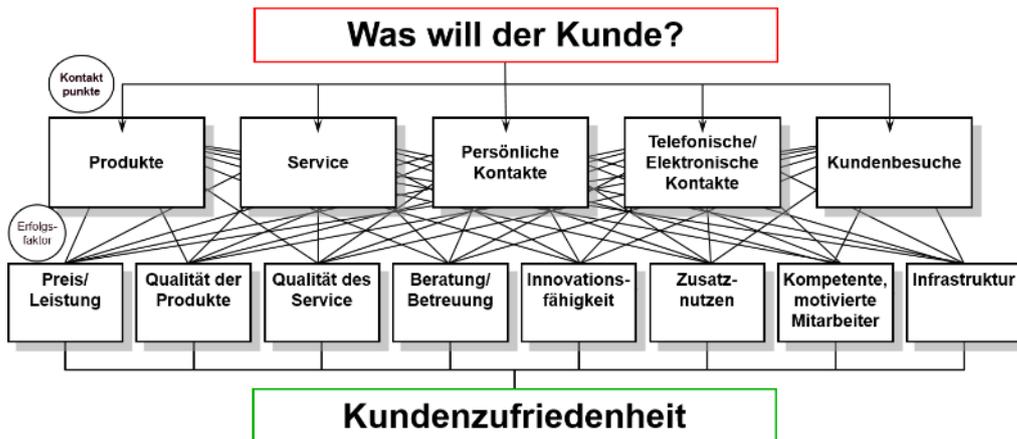
Kundenorientierung: Die 5 B's

Gelebte Kundenorientierung baut auf diesen fünf strategischen Erfolgsfaktoren auf. Damit das Ziel - eine hohe Kundenbindung - erreicht wird, müssen diese Bausteine systematisch und gezielt entwickelt und gestärkt werden. Die Arbeit mit dem Kunden ist der eigentliche Sinn und Zweck der Arbeit. Daraus entsteht Freude am Kundendienst und Zufriedenheit in der Arbeit.



Was will der Kunde?

Jeder Kunde fokussiert auf etwas Anderes, jedoch alle wollen schlussendlich das Gleiche!



Je besser Ihr Unternehmen diesen Anforderungskatalog kennt und professionell zu bedienen weiss, desto breiter die möglichen Zielgruppen und desto höher die Kundenzufriedenheit.

Warum reicht Kundenzufriedenheit nicht mehr aus?

Kunden werden immer anspruchsvoller, weil sie besser informiert sind, das Angebot vielseitiger ist, die Entscheidungen somit schwieriger, das persönliche Erlebnis entscheidender.

	Bisher	Immer wichtiger
Unternehmerischer Produkt-/Dienstleistungs-/Servicegrad	Perfektion	Perfektion + Differenzierung
Persönlicher Servicegrad	Freundlichkeit	Freundlichkeit + Persönliche Anteilnahme
Wirkung	Zufriedenheit (Standard)	Begeisterung (Mehrwert)

Neben der zielgruppenorientierten Differenzierung des Werteangebotes sind es die Mitarbeitenden selbst, welche durch ihre persönliche Serviceleistung dem Kunden den entscheidenden Mehrwert geben und ihn dadurch persönlich binden.

Je besser die 5 B's bearbeitet werden, desto geringer ist der Einfluss des Preises!

Praxis: Die 5 B's leben - trainieren

1. Bearbeitung

- Unternehmensleitsätze
- Angebotsabgabe innert 24 h
- 100% Termineinhaltung
- Erreichbarkeit rund um die Uhr
- Sofort Reklamationsbehandlung
- Garantien für Qualität u.a.
- Funktionierende Abläufe
- Transparente Rechnungslegung

2. Beratung

- Mehrwert-Argumente fixiert
- Zielgruppenorientiert
- Alleinstellungsmerkmale
- Freundlich, kompetent, schnell
- IT-Hilfsmittel/Unterstützung
- Aktivierung neuer Vertriebswege

3. Betreuung

- Aussagekräftige Kundendatei
- Kundenbetreuungskonzept
- Zuordnung von Kundengruppen
- Qualitative persönliche Kontakte
- Empfehlungen Stammkunden
- Kultur der Kleinigkeiten pflegen

4. Beziehung

- Wille, der Beste zu sein
- Fachliche Überlegenheit
- Menschliche Anteilnahme
- Kontakte pflegen
- Informationsaustausch
- In Erinnerung behalten

5. Bindung

- Gemeinsame Ziele und Strategien
- Längerfristiges Miteinander
- Allianzen & Kooperationen
- Kunden als Verkäufer
- Vorausdenken für Kunden
- Hohe Austrittsbarrieren

Stärken Sie Ihre Kundenorientierung mit marketraining

