



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung

Akademie der TEMA AG

Birgit Merx, Markus Bau

20. Dezember 2005



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung – WAS ist das?

- ▮ Orientierung **wörtlich** genommen: **Orientieren** heißt sich **Überblick** über etwas* zu **verschaffen (fachlich)**, sich auf etwas* **einjustieren (persönlich)**, sich nach etwas* **auszurichten (Leistung und Verhalten)**.
- ▮ **Wissenschaft:** Kundenorientierung bedeutet die **kompromisslose Ausrichtung sämtlicher Aktivitäten und Prozesse eines Unternehmens auf die** sich kontinuierlich wandelnden **Wünsche, Anforderungen und Erwartungen der Kunden** [Schmalzl/Schröder 1998, S.99].
- ▮ Stark **vereinfacht** aber wahr: Der Kunde ist **König**.

(* = **Kunden:** Kundenorientierung)



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

By the way, was ist eigentlich...

▮ Exkurs Customer Relationship Management (CRM)

- **Definition:** CRM ist eine **kundenorientierte** Unternehmensstrategie, die mit Hilfe moderner **Informations-** und Kommunikationstechnologien versucht, auf lange Sicht profitable Kundenbeziehungen durch ganzheitliche und individuelle Marketing-, Vertriebs- und Servicekonzepte aufzubauen und zu festigen.

Wirklicher Exkurs: Weil zu umfangreich und TEMA nicht **vertriebsfokussiert**, sondern **kundenorientiert** ist.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung – WARUM überhaupt?



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und der Markt

- TEMA bewegt sich in einem freien Markt, dort:
 - herrscht **Wettbewerb**
 - herrschen oftmals **rezessive Tendenzen**
 - sind Leistungen **austauschbar**

Auf diesem Markt gibt es ein hohes Gut:
den Kunden und der ist wichtig...



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Warum Kunden wichtig sind

- ❑ **Schaffen Nutzen** durch ihre Leistung (Produkt, Dienstleistung)
- ❑ **Zahlen** Steuern und andere Abgaben
- ❑ **Beschäftigen** Leute

Weitere Ideen, warum Kunden noch wichtig sein könnten?

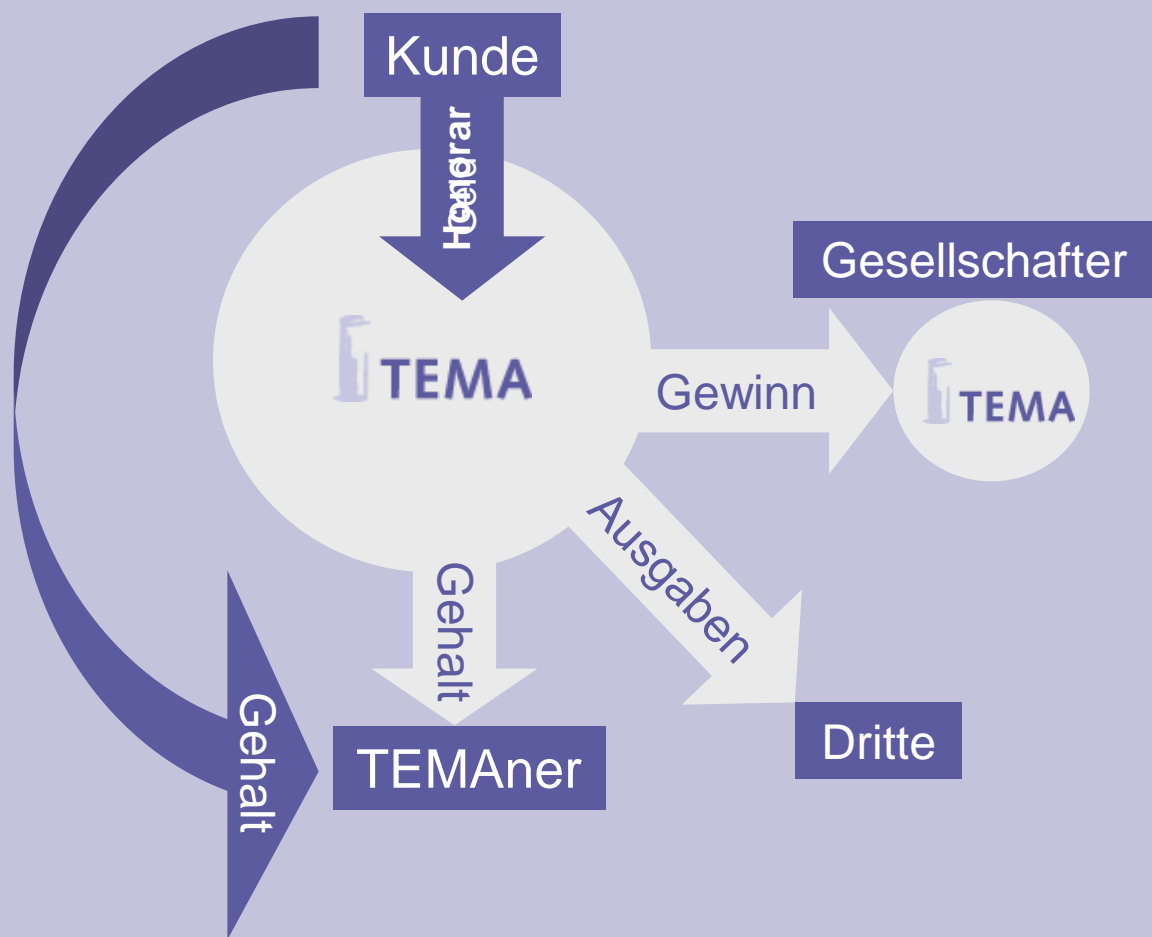
- ❑ ...
- ❑ ...
- ❑ ...



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wer zahlt
Dein Gehalt?

Der Kunde!





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung und Kundenbindung

- ❏ Kundenorientierung befriedigt **Kundenbedürfnisse**
- ❏ Gestillte Bedürfnisse erzeugen **Kundenzufriedenheit**
- ❏ Kundenzufriedenheit schafft **Kundenbindung**
- ❏ Kundenbindung bedeutet **Loyalität** für den Anbieter
- ❏ Loyalität sichert **Zusammenarbeit** in Zukunft
- ❏ Zusammenarbeit sichert **Erträge**
- ❏ Erträge sichern **Fortbestand** des Unternehmens
- ❏ Unser Unternehmen ist die **TEMA**

Ergo: **Sichert Kundenorientierung den Fortbestand der TEMA**



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

**DARUM ist Kundenorientierung
wichtig...**

**... und sollte als Wettbewerbsvorteil
genutzt werden!**



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung - aber WIE?

- ☐ Noch mal (**Definition** Orientierung):
 - **Überblick verschaffen (fachlich)**
 - **Auf Kunden einstellen (persönlich)**
- Also Leistung/Verhalten am Kunden **ausrichten**



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wem geht's nicht so: Der Kunde, das unbekannte Wesen.





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

**Wissen über Kunden, seinen Markt
und anderes ist lebensnotwendig.**

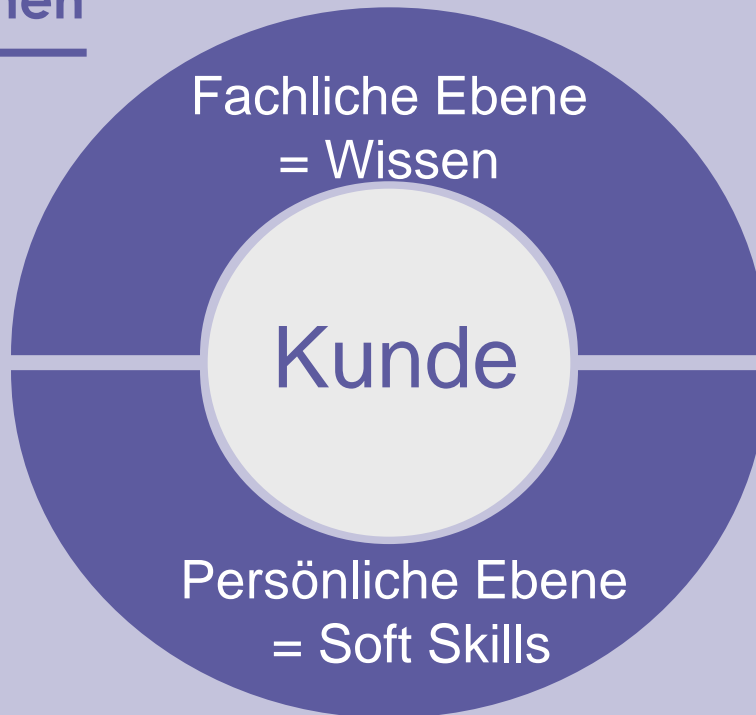
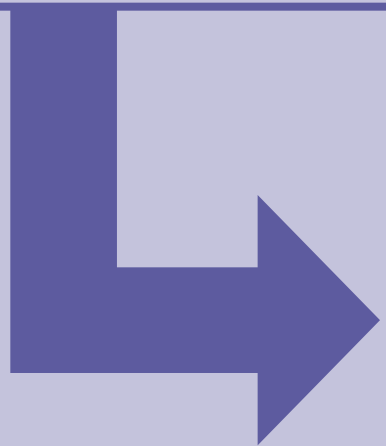
Denn Kundenorientierung sichert Fortbestand der TEMA.

Welches Wissen?



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

**Kundenorientierung findet statt auf
zwei Kunden-Beziehungsebenen**





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Fachliche Kunden-Beziehungsebene - Wissen

(Kunde ist **Fachmann**)

- Wissen über das Kundenunternehmen
- Wissen über Produkt
- Wissen über Kunden-Markt
- Wissen über Kunden-Kunden
- Wissen über PR/Marketing/Event/Grafik...
- Wissen über Projektmanagement
- Wissen über ...

Je mehr desto besser (All you can eat-Prinzip)



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Persönliche Kunden-Beziehungsebene – Soft Skills

(Kunde ist **Mensch**)

- Höflichkeit
- Freundlichkeit
- Einfühlungsvermögen (Empathie), Zuhören
- Interesse, Wissen über den Kunden als Mensch
- Zeit
- Verbindlichkeit
- Zuverlässigkeit
- Kritikfähigkeit
- Standing



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kunden-Beziehungsebenen

- ❏ Warum sind all das (fachliche) Wissen und die (persönlichen) Fähigkeiten **wichtig**?
- ❏ Damit sich Kunde als Mensch und Fachmann adäquat **verstanden, behandelt** und **bedient** fühlt.

Keine Angst vor mangelndem Wissen und nicht vorhandenen Fähigkeiten ;-))

Beides kann erworben werden! Wie,
ist Gegenstand einer *anderen* Akademie.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung leicht gemacht - Basics



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung - Kommunikation

Erreichbarkeit

- Immer ans Telefon gehen – egal an welches ;-)
- Orientierung geben: Melden mit „TEMA Technologie Marketing AG, Jupp Schmitz, Guten Tag...“
- **Telefon-Umleitung** bei Abwesenheit
- **Dreifach-Schutz** bei Abwesenheit
 - Zentrale informieren
 - Kalender eintragen
 - Kollegen informieren



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung – Kommunikation I

☒ Kontaktdaten

- Name, Nummer, Firma, Projekt notieren (am besten per Email)
- Wenn nicht verstanden: NACHFRAGEN
- Wenn wieder nicht verstanden: NOCHMAL nachfragen
- Bitte nicht: Wie WAR ihr Name - nur bei Verstorbenen ;-)

Es ist ein berechtigtes Bedürfnis des Kunden, seinen Projektverantwortlichen (jederzeit) sprechen zu können.

- Darum auch mobil für ihn erreichbar sein



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung – Kommunikation II

▮ Verbindliche Verabredung

- Kollege/in ruft zurück
- „Ich informiere Kollegen/in“ oder „Ich kümmere mich drum.“
- Wenn Kollege/in nicht da: Kann ich Ihnen weiterhelfen?
- Wenn nicht: „Ich frage nach und rufe Sie zurück“
- In diesem Fall: Auf jeden Fall dran bleiben, bis Anrufer-Wunsch erledigt
- Bei längerer geplanter Abwesenheit: Verlässlicher Ansprechpartner



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung – Kommunikation III

- ☐ **Lächelnd** telefonieren -> Lächeln „hört“ der Anrufer
- ☐ Immer **freundlich** bleiben, Faust in Tasche machen können
- ☐ Droht der „emotionale Gau“: Immer wieder auf **sachliche** Ebene bringen

Wir sind alle nur Menschen – aber trotzdem müssen wir mal die Kröte schlucken können.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung – Flexibilität, Verbindlichkeit

- ❏ Kurze **Reaktionszeit**
 - Anfrage heute, Antwort heute od. morgen
 - Wenn es mal nicht geht: Bloß nicht Kopf in den Sand stecken = DONT
- ❏ **Verbindlich** kommunizieren, bis wann
- ❏ **Vernünftige** Projektübergaben mit Kommunikation in Richtung Kunde und Team
- ❏ **Melden** bei Kollegen/Kunden, wenn etwas nicht klappt



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung - Qualität

Know-how

- **aufbauen**: Prinzip lesen, fragen, Erfahrung anwenden
- **abrufbar halten**: Wissensmanagement, gewusst wo, geschickt googeln etc.
- von anderen **nutzen**: Kollegen fragen, andere Dienstleister fragen, Kunden fragen
 - Bitte nicht nach drei Jahren fragen: „Was machen Sie eigentlich ganz genau?“
- **Briefing** bei Neukunden/Neuprodukt ernst nehmen und ausreichend Zeit verwenden



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung – Qualität II

Projektmanagement

- **Zeitpläne** erstellen und pflegen
- **Prioritäten** setzen
- **Kompetenzen** (auch eigene) sinnvoll und effizient nutzen
 - z.B. nicht Grafik selbst machen, dafür gibt's Profis
- Erkennen, was man **abgeben** kann und muss
- **Ziele** mit Kunden abstimmen
 - Wofür machen wir dies und das?
 - Vermeidet Arbeiten in die falsche Richtung (Effizienz und Vertrauen)



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung – Qualität III

▮ Beratung

- **Pflicht und Kür:** Wir sind Profis und müssen zu Dingen stehen oder sie ablehnen und gleichzeitig ist der Kunde König
 - Also Vorsicht: Gratwanderung. Kunde darf nicht als Depp dastehen und trotzdem soll er Erfolg mit guter PR etc. haben
 - Und auch: Nicht an Kleinigkeiten aufreiben, bei solchen Fällen besser Kundenwunsch nachgeben (wenn nichts davon abhängt)



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung - Effizienz

- ❏ Kunden können nur gut beraten werden, wenn Zeit dafür ist
 - 20 % des **Zeitaufwands** führen zu 80 % des gewünschten/brauchbaren Ergebnisses, d.h. umgekehrt
 - die fehlenden 20 % zur Perfektion kosten 80 % der Zeit
 - **Also**: Gut (aber nicht stundenlang) abwägen, wie viel Perfektion nötig/sichtbar/bezahlbar
- ❏ **Freigabeprozesse** klären und regeln
- ❏ Einen **Ansprechpartner** haben (auf Kunden- und TEMA-Seite) = One face to the customer



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA und die Kundenorientierung - Sonstiges

- ❏ Bitte immer merken: Wir arbeiten alle für den Kunden, nicht für den Kollegen, will heißen: Kunde steht im **Mittelpunkt**
- ❏ Manche Kunden sind gleicher als **gleich**?
 - Klaro: 500 TEURO Jahresumsatz ist ein bisschen wichtiger als 500 EURO.
 - Aber: Wieder Gratwanderung: auch der 500 EURO Kunde darf das niemals merken (Potenzial bedenken)
- ❏ **Proaktivität:**
 - Lösungen vorschlagen, bevor Probleme/Anfragen auftreten
 - Zeugt von Mitdenken, Voraussicht und Engagement
 - Schafft Vertrauen und Umsatz



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Optimierungsansätze?

- ❏ **Metaebene:** Kundenbindung durch Wissen und persönliche Beziehungen sichern
- ❏ siehe CRM: **Kundendatenbank** aufsetzen und PFLEGEN (=fachliches + persönliches Wissen)
- ❏ **Vier-Augen-Prinzip**, Texte immer gegenlesen lassen
- ❏ **Projektfremden Kollegen** fragen (in-Group-Verhalten vermeiden)
- ❏ **Auf Server:** Ablagesystem intuitiv (also für andere verständlich) und logisch aufbauen

weitere Ideen?...



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Ideen zur Verbesserung der Kundenorientierung

- ☒ ...
- ☒ ...



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Kundenorientierung ist...

- ▮ **einfach** umzusetzen
- ▮ **pragmatisch** anzupacken
- ▮ **schnell** aufzusetzen

Worauf warten wir noch...



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Eure Kunden danken für
Aufmerksamkeit und Mitarbeit ;-))

Wir auch...