



Verkaufstrainer

April 2008

Guten Tag,

Heute erfahren Sie an dieser Stelle, wie der Erfolg der eingeleiteten Maßnahmen überprüft wird und warum die Kunden lieber bei „Super-Fit“ als bei „Kauf-Träge“ einkaufen.

[Der Mobile-Leitfaden: Beschwerdemanagement](#)

Überprüfung der Maßnahmen

Ob die Maßnahmen, die Gerd Gründlich und seine Kollegen erarbeitet haben, erfolgreich umgesetzt wurden, soll eine Kundenbefragung zeigen. In der Ausstellung liegen Fragebögen aus und jeder Kunde erhält am Schluss der Beratung einen Bogen mit der Bitte um ein ehrliches Feedback. Da diese Erkenntnisse allerdings nur ein erstes Stimmungsbild des Kunden vermitteln, wird zusätzlich ein externes Marktforschungsinstitut mit einer Umfrage beauftragt. Damit den Befragten keine Worte in den Mund gelegt werden, sind die Fragen sehr offen formuliert. Themenkomplexe der Befragung sind unter anderem:

- Wie sehen Sie das Unternehmen?
- Wie sehen Sie das Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb?
- Welche Stärken hat das Unternehmen?
- Was macht der Wettbewerb besser?
- Welche Dienstleistungen finden Sie gut?
- Welche Dienstleistungen vermissen Sie?

Vermutlich fragen Sie sich: Warum ein externes Unternehmen mit der Befragung beauftragen? Der Grund ist einfach: Nur durch eine neutrale Sichtweise erhält man echte Objektivität! Bei der Kundenbefragung durch eigene Mitarbeiter schlägt die Sympathiefalle gnadenlos zu. Die Antworten des Kunden werden von der Beziehung zum Verkäufer wesentlich beeinflusst und verfälschen das Ergebnis. Dadurch wären auch die Maßnahmen, die aus solch einer rein internen Befragung abgeleitet würden, falsch.

Doch zurück zur Befragung selbst: Nach Beendigung der Umfrage liegt innerhalb kurzer Zeit die Auswertung vor. Es stellt sich heraus, dass die Kunden eine wesentliche Verbesserung bei der Kundenbetreuung festgestellt haben. Allerdings gibt es verschiedentlich Schwierigkeiten bei den zugesagten Lieferzeiten.



Mit den gewonnenen Erkenntnissen wendet sich die Geschäftsführung wiederum an die Teams: Zum einen mit dem Dank für die geleistete Arbeit. Zum anderen mit der neuen „Nuss“, die es zu knacken gilt.

Sicher ist es keine Frage, welches Szenario Sie für das Erstrebenswertere halten. Bei „Super-Fit“ fühlt sich jeder Mitarbeiter verantwortlich für das, was um ihn herum geschieht. Er setzt sich für „sein“ Unternehmen und damit für seinen Arbeitsplatz ein. Und das macht er, weil er weiß, dass er ernst genommen wird, dass seine Anregungen, seine Kritik und seine Verbesserungsvorschläge nicht im Müllimer landen sondern mit den Kollegen umgesetzt werden.

Dadurch macht die Arbeit auch Freude, denn die Kunden spüren den Unterschied zwischen einem „Kauf-Träge“ und einem „Super-Fit“. Die internen Beziehungen funktionieren, die Mitarbeiter arbeiten tatsächlich miteinander - und verzetteln sich nicht in Konkurrenz- und Grabenkämpfen zwischen den Abteilungen.

Dies alles ist jedoch nur machbar, wenn im Unternehmen eine interne Kultur geschaffen wurde, in der es möglich ist, über Fehler zu reden - und aus ihnen zu lernen. Das erfordert - wie wir bereits im ersten Teil dieser Serie festgestellt haben - ein totales Umdenken in etlichen Unternehmen und den Willen zur Veränderung. Wagen Sie die Veränderung - Ihre Kunden werden es langfristig honorieren!

Im Mai geht es in der Mobile-Serie „Kunden im Fokus“ mit einem neuen Kapitel weiter. Darin erfahren Sie, wie Sie die Kreativität Ihrer Mitarbeiter für das Unternehmen nutzen können und was die Kunden davon halten.

Mit freundlichen Grüßen, das Mobile-Team