

Verkaufstrainer



November 2006

Guten Tag,

Bisher haben Sie erfahren, wie Sie die Kundenbindung optimieren können. Doch die besten Beziehungen nützen nichts, wenn die Leistung nicht stimmt.

*Kundenzufriedenheit setzt Mitarbeiterzufriedenheit voraus. Denn nur zufriedene Mitarbeiter werden gute Geschäfte für das Unternehmen realisieren, nur motivierte Verkäufer erkennen neue Trends im Markt und schaffen daraus neue Angebote. Mitarbeiterzufriedenheit erreichen Sie dann, wenn es im Unternehmen „stimmt“. Einfach gesagt, doch für die Realisierung erfordert es Geschick und klare Ziele. Lesen Sie in diesem **zweiten Kapitel „Kundenorientierung ist Chefsache“**, was auch Sie vielleicht noch besser machen können.*

[Wenn Sie wissen wollen, wie es in Ihrem Unternehmen in punkto Mitarbeiterzufriedenheit aussieht, machen Sie den Mobile-Test!](#)

Mitarbeiterzufriedenheit steigern

Die meisten Unternehmen beschränken sich selbst, indem sie sich nur auf die Kunden konzentrieren, die sich in der Kaufphase befinden. Sie denken in aktuellen Umsätzen und versuchen, diese durch kurzfristige Aktionen zu pushen.

Eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung beginnt heute nicht mehr im Hause, sondern bei den Kunden, indem man eine Erfolgspartnerschaft mit ihnen einget. Früher herrschte allzu oft der Geist vor: „take the money and run“ - heute setzt sich Schritt für Schritt die Erkenntnis durch, dass es nur mit einer langfristig wirkenden Strategie „make the customer happy“ geht. Sobald sich in den Unternehmen die Erkenntnis durchgesetzt hat, welche betriebswirtschaftlichen und marketingbasierten Potenziale begeisterte Kunden bieten, muss die Konsequenz sein, das Handeln des Unternehmens eindeutig auf die Steigerung der Kundenzufriedenheit, Kundenbindung sowie die Erfüllung heutiger und zukünftiger Kundenanforderungen auszurichten. Diese Erkenntnis ist zwar vordergründig in vielen Unternehmen angekommen, nur ist das Know-how für die Umsetzung vielfach nicht verfügbar. Um diesen Weg gehen zu können, ist es erforderlich, die Mitarbeiter zu sensibilisieren und vor allem zu motivieren.

Kundenzufriedenheit ist Chefsache - die Geschäftsleitung muss dies kenntlich machen. Sie muss sicherstellen, dass sie über Defizite im Unternehmen informiert wird und den Führungskräften und

Mitarbeitern die nötige Schubkraft und Rückendeckung gibt, um Veränderungen zu initiieren. Dazu muss innerhalb des Unternehmens zuerst klar sein, was dieses eigentlich erreichen will.

Viel zu häufig sind die Prioritäten innerhalb des Unternehmens nicht richtig gesetzt, und damit ist ein Teil des möglichen Erfolgs von vorneherein nicht realisierbar. Unabdingbare Erfolgsfaktoren sind: den Kunden in den Mittelpunkt des unternehmerischen Denkens stellen, ein einheitlich nach innen und außen auftretendes Führungsteam, einfache und verständliche Ziel- und Rahmenbedingungen und hinreichende Freiheitsgrade für die Mitarbeiter.

Im Dezember erfahren Sie im Verkaufstrainer, wie Sie Veränderungsprozesse im Unternehmen fördern und unterstützen können.

Außerdem ist im Oktober eine neue Ausgabe des Vertriebspraktikers erschienen. Dort finden Sie Informationen über aktuelle Seminare und sonstige Tätigkeiten der Mobile Vertriebsakademie. Neugierig? [Sie finden den Vertriebspraktiker hier.](#)

Mit freundlichen Grüßen, das Mobile - Team