

01.02.2022

Wolfgang Ronzal

Seminare und Kongresse, ServiceExperte

ExpertenProfil



Wer sich als erster bewegt, hat verloren! Oder gewonnen?

Wie Sie Ihre Kunden begeistern und zu treuen Stammkunden machen!

1. Das Gewöhnliche zum Besonderen machen
2. Den Augenblick der Wahrheit nutzen
3. ServiceQualität betrifft ALLE im Unternehmen
4. Standards und Garantien zwingen zu besserem Service
5. Den Kunden nicht "verwelken" lassen
6. ServiceQualität fordern und fördern
7. Das Vorbild wirkt ansteckend
8. Was man nicht messen kann, kann man nicht verbessern
9. Beschwerden sind ein Geschenk
10. Qualitätsmanagement professionell umgesetzt

1. Das Gewöhnliche zum Besonderen machen

- Das Märchen vom König Kunde!
- Dienen fällt schwer!
- Bringt "lean-management" auch "lean-service"?
- ServiceQualität ist die wichtigste Differenzierungsmöglichkeit
- Wo können wir großzügig sein?
- Überall dort, wo es uns nichts (oder wenig) kostet!

Beeindrucken Sie Ihre Kunden mit einer "SERVICEOFFENSIVE"

„ *„Niemand will dienen, alle wollen verdienen. Und man ist sich nicht bewusst, dass das Verdienen nur durch Dienen möglich ist.“* (Manfred Maus, Gründer der Obi-Baumärkte) “

2. Den Augenblick der Wahrheit nutzen

- Jeder Kundenkontakt ist ein Augenblick der Wahrheit!
- Wieviele Negativerlebnisse gibt es täglich?
- Kleine Ursache - große Wirkung!
- Für manche Kunden sind 99,9% Qualität nicht gut genug
- **Achten Sie auf die Kleinigkeiten im Service!**

Warum Kunden die Geschäfte wechseln?

- ungünstige Öffnungszeiten
- lange Wartezeiten
- unfreundliche Mitarbeiter
- mangelhafte Diskretion
- fehlerhafte Abwicklung
- keine persönliche Ansprache
- mangelhafte Betreuung

Kleine Ursache - große Wirkung

- > 100 Kundenkontakte pro Tag
- > 5 % unzufriedene Kunden
- = 1.500 unzufriedene Kunden pro Jahr (bei 300 Geschäftstagen)
- > 100 EURO Umsatz je Kunden
- = 150.000 EURO Umsatzentgang

Was bedeutet 99,9% Qualität?

- Täglich 2 unsichere Landungen in Chicago
- Stündlich 16.000 verlorene Briefsendungen
- Stündlich 22.000 Schecks von falschem Konto abgebucht
- Wöchentlich 500 falsche chirurgische Eingriffe
- Ihr Herz würde 32.000 mal pro Jahr nicht schlagen

„ *„Für einige Kunden sind 99,9% nicht gut genug!“* (Adolf Körschges | 3M) “

3. ServiceQualität betrifft ALLE im Unternehmen

- Die Servicekette bricht beim schwächsten Glied
- Wer hilft dem letzten Teil der Servicekette bei Problemen, Fehlern, Sonderwünschen? (Wer behindert sie?)
- Was kann man einfacher, schneller, bequemer für den Kunden machen? (Unerwarteter Zusatznutzen!)
- Kollegen sind im Qualitätsdenken "interne Kunden"
- Verbessern Sie die Qualität der Zusammenarbeit

ServiceQualität kann nicht an den Vertrieb delegiert werden!

” *“Die Verkaufsabteilung ist nicht die ganze Firma, aber die ganze Firma sollte wie eine Verkaufsabteilung sein.” “Andere Unternehmen haben eine Kundendienstabteilung, American Express ist eine Kundendienstabteilung.” (Lou Gerstner)* “

Die Filialen sind für die Kunden da. Die Zentrale ist für die Filialen da!

4. Standards und Garantien zwingen zu besserem Service

- Allgemeine Standards dienen zur Sensibilisierung
- Konkrete Servicestandards bringen deutliche Verbesserung im Verhalten!
- Service-Checklisten helfen beim Controlling!
- Servicegarantien versprechen dem Kunden ein bestimmtes Serviceniveau!
- Mit Servicegarantien differenzieren Sie sich von Wettbewerbern!

Verbessern Sie Ihre ServiceQualität durch Standards und Garantien!

Qualitätsstandards

1. Unsere Verträge und Rechnungen sind fehlerfrei
2. Jeder Kundenkontakt ist vorbereitet
3. Wir sprechen den Kunden persönlich an
4. Wir vermeiden Wartezeiten
5. Wir stellen sicher, dass jeder Kunde seinen Ansprechpartner kennt
6. Wir sind telefonisch erreichbar
7. Wir halten unsere Vereinbarungen ein
8. Wir erledigen Kundenaufträge zuverlässig
9. Wir behandeln Kundenreklamationen prompt und Positiv
10. Unser Erscheinungsbild und unsere Umgangsformen sind korrekt

Das leuchtende Beispiel: Die Leistungsgarantien der Firma

1. 5 EURO, wenn Sie länger als 10 Minuten auf die Bedienung warten
2. 14 Tage Rückgabegarantie
3. Geld zurück, wenn Blumen nicht 5 Tage halten
4. Geld zurück, wenn's im Restaurant nicht schmeckt
5. 5 EURO für jedes Produkt, dessen Haltbarkeitsdatum abgelaufen ist
6. Auto in der Waschstraße nicht sauber? Sie dürfen nochmal durch
7. 2 Jahre Garantie auf Elektroartikel
8. Ware aus dem Werbeblatt irgendwo billiger - Geld zurück
9. Ein Produkt aus dem Falblatt nicht mehr lieferbar? Dann gibt es teurere Ware zum gleichen Preis
10. 5 EURO für alle, die länger als 10 Minuten an der Kasse stehen.

5. Den Kunden nicht „verwelken“ lassen

- Das Verkaufen beginnt eigentlich erst nach dem Abschluß!
- Wann haben Sie das letzte Mal jemanden eine Freude gemacht?
- Die Kundenbetreuung nach dem Abschluß ist oft entscheidend für den Wiederkauf!
- Kundenpflege muß nicht teuer sein!

Setzen Sie Maßnahmen zur ständigen Kundenbetreuung / Kundenpflege!

”

“Der Geschäftsabschluß ist lediglich das Ende der „Brautwerbung“, an die die Ehe anschließt. Wie gut die Ehe wird, hängt davon ab, wie sie der Verkäufer gestaltet.” (Ted Levitt)

“

6. ServiceQualität fordern und fördern

- Es beginnt schon bei der Neuaufnahme
- Fixthemen bei der Aus- und Fortbildung!
- Regelmäßiges Thema bei Mitarbeiterbesprechungen!
- Anerkennung und Lob motivieren zur Wiederholung guten Serviceverhaltens!
- Positive Beispiele aus anderen Branchen regen zur Nachahmung an!

Widmen Sie der ServiceQualität mehr Zeit im Unternehmen!

7. Das Vorbild wirkt ansteckend

- Führungskräfte lösen durch ihr Verhalten positive oder negative Reaktionsketten aus!
- Die 3 Hauptwiderstände gegen das Qualitätsmanagement
- “Gesagt ist noch nicht gehört!” (Die Konsequenz der Umsetzung ist entscheidend)
- “Wir haben die Lösung, bevor das Problem kommt!”
- “Zuerst Qualität denken, dann Qualität schaffen!”

Führungskräfte sind bei der Umsetzung die erste und wichtigste Zielgruppe!

Führung ist die Umsetzung

Kein Unternehmen kann herausragenden Service leisten, wenn seine (insbesondere auch die obersten) Führungskräfte nicht sichtbar, ständig und manchmal irrational der Idee des Service huldigen.

Wenn sie es nicht tun, richtet die Organisation die Aufmerksamkeit zwangsläufig nach innen und konzentriert sich auf innere Abläufe.

8. Was man nicht messen kann, kann man nicht verbessern

- Generelle Kundenbefragungen bringen Information detailliert nach Kundengruppen und Filialen
- Spezifische Kundenbefragungen bei bestimmten Anlässen
- Spezielle interne Erhebungen verbessern Abläufe
- Ein Service-Barometer erkennt Trendveränderungen
- Der Customer Service Index erhöht das Serviceniveau
- mystery shopping erkennt Beratungsmängel

Messen Sie die Qualität gut und systematisch!

„*„Der Kunde vergleicht uns mit der Konkurrenz und stuft uns entweder als besser oder schlechter ein. Das geht nicht sehr wissenschaftlich vor sich, ist jedoch verheerend für den, der dabei schlechter abschneidet.“* (Jack F. Welch, General Electrics)“

Die Beurteilung der Servicequalität erfolgt einzig und allein durch den Kunden. Subjektiv und individuell entscheidet der Kunde, ob die von Ihnen gebotene Servicequalität mit seinen Erwartungen übereinstimmt.

9. Beschwerden sind ein Geschenk

- Warum beschweren sich viele unzufriedene Kunden nicht?
- Die Beschwerde-Aannahme und -Erledigung muss zu einem positiven Erlebnis für den Kunden werden
- Überraschen Sie den Kunden mit etwas Unerwartetem
- Fragen Sie die Kunden über ihre Zufriedenheit mit der Beschwerdeerledigung
- Beschwerde-Stimulation ermutigt Kunden, ihre Meinung zu sagen
- Systematische Erfassung und Analyse von Beschwerden lässt Verbesserungsmöglichkeiten erkennen

Schaffen Sie ein systematisches Beschwerdemanagement!

10. Qualitätsmanagement professionell umsetzen

- Qualitätsziele formulieren
- Qualitätsstandards festsetzen
- Qualitätsgarantien einführen
- Ständige Information und Kommunikation
- Kontinuierliche Impulssetzung
- Qualitätszirkel und Vorschlagswesen

Geben Sie dem Qualitätsmanagement eine hohe Wertigkeit im Unternehmen!

„*„In Zukunft wird es nicht reichen, zufriedene Kunden zu haben, Sie brauchen begeisterte Kunden!“* (Edgar K. Geffroy)“