

www.geffroy.de

c164,20020219

Bedingungen zur Steigerung der Kundenbindung

Entscheidend wird sein, den Dialog mit dem Kunden sowie das kundenorientierte Verhalten mehr und mehr in den Dienst des Beziehungsaufbaus mit dem Kunden zu stellen.

Die Bedeutung der "Soft Facts", die für eine hohe Beziehungsqualität verantwortlich sind, nimmt weiter zu. Hierzu zählen:

Sympathie, Anerkennung, Vertrauen, Gegenseitigkeit, Offenheit, Intensität sowie das Gefühl, es mit einem kompetenten Partner zu tun zu haben.

Um dies zu ermöglichen muss der Kunde weiter individualisiert werden. Dabei gilt, je individueller der Kunde durch den Berater behandelt wird, desto größer ist auch die Chance, eine echte Kundenpartnerschaft zu begründen.

Eine wichtige Voraussetzung hierfür ist der Aufbau eines Dauerdialogs, der zu einer echten Partnerschaft zwischen Hersteller und Kunde führen soll. Entscheidend in den nächsten Jahren wird daher ein weiterreichender, persönlicher, mehr auf den Mensch zugeschnittener Kundenkontakt, der auf Sympathie, Vertrauen und Partnerschaft beruht. Man muss versuchen, mental einen Zugang zum Kunden zu finden, und zwar jenseits von Manipulation und Übervorteilung.

Halten Sie im Hinterkopf, möglichst eine langfristige Beziehung mit dem Kunden anzustreben, weil dies die sicherste Gewähr dafür ist, herauszufinden, wo der Kunde seine Prioritäten setzt, was er denkt, wie er handelt. Mit diesem Wissen kann sich das Unternehmen dann nahezu optimal darauf vorbereiten, die Anforderungen eher, schneller und besser als andere zu erfüllen. Dies hilft das langfristige Überleben und die Entwicklungsfähigkeit des Unternehmens zu sichern.

In diesem Jahrtausend wird es von entscheidender Bedeutung sein, die einzelnen Kundenkontaktphasen gründlich zu analysieren, um herauszufinden, ob jede einzelne Phase auch für eine Intensivierung des Kundenkontaktes genutzt wird.

Viele Unternehmen bemühen sich intensiv um den Kunden, wenn es darum geht, ihn zu kontaktieren oder das Geschäft zum Abschluss zu bringen. Ist der Abschluss aber einmal getätigt, besteht häufig kein allzu großes Interesse mehr am Kunden.

Jeder Kundenberater muss sich in jeder Kontaktphase darüber Gedanken machen, wie er den (potentiellen) Kunden nicht nur zufrieden stellen, sondern verblüffen und begeistern kann. Dies kann zum Beispiel dadurch geschehen, indem man den Kunden bzw. Interessenten von Anfang an

sehr zuvorkommend behandelt, ohne gleichzeitig einen hohen Erwartungsdruck zu erzeugen. Treffen Sie sich doch einfach einmal ohne konkrete Absicht mit Ihrem Kunden an einem neutralen Ort und diskutieren.

Ziel dieser Art der Verblüffung ist es immer, einen bleibenden positiven Eindruck beim Kunden zu hinterlassen. Dies wird um so wichtiger, je intensiver die Beziehung zum Kunden ist. Bitte unterschätzen Sie hier nicht die Rolle der Absichtslosigkeit. Denn eine echte Kundenpartnerschaft lebt auch davon, dass man miteinander redet, diskutiert und sich gegenseitig hilft, ohne dass dies direkt an einen Geschäftsabschluss gekoppelt ist.

Solche Art des Beziehungsaufbaus stellt insbesondere an die Mitarbeiter mit Kundenkontakt sehr hohe Anforderungen. So wächst der kundenorientierte Mitarbeiter immer mehr in die Rolle eines Beraters oder Beziehungsmanager hinein, welcher dem Kunden in möglichst vielen Bereichen mit Rat und Tat zur Seite steht.

Der Beziehungsmanager muss der Linie folgen, alles mögliche zu tun, damit sein Kunde bessere Geschäfte macht. Er wird dadurch verblüfft, dass er Lösungen angeboten bekommt, an die er selbst noch gar nicht gedacht hat.

Lernen Sie Ihren Kunden, sein Geschäft und sein berufliches und privates Umfeld kennen.

Man muss in gewisser Weise in der Lage sein, sich mit dem Kunden zu identifizieren, sich in seine Welt hineinversetzen können, ihn individualisieren.

Entscheidend ist, dass dem Kunden geholfen wird, etwa durch einen Tipp oder eine Empfehlung, und somit die Partnerschaft mit Leben gefüllt wird.

© 1991-2001 Geffroy & Partner GmbH

Sie können diesen Text oder Inhalte daraus unter Beachtung der ZitatregeIn und Angabe der Quellen (Geffroy & Partner GmbH, www.geffroy.de) für eigene Texte, Präsentationen oder Internetangebote weiterverwenden.