

# „Hör‘ auf deinen Kunden, und zwar mit Herzblut“

Kein Unternehmen möchte austauschbar sein. Im Gegenteil: Jeder will mehr Kunden heranziehen und mehr Umsatz generieren. Doch den meisten Unternehmen drohen erhebliche Rückgänge in der Kundenzahl und beim Umsatz.



Foto: Foto: geffroy.com

Edgar K. Geffroy: „Dein Kunde wünscht sich nur ein besseres Leben!“

**D**as jedenfalls sagt Business-Vordenker Edgar K. Geffroy, der seit über 20 Jahren in Sachen Kundenorientierung unterwegs ist. Verantwortlich für diese Situation sieht Geffroy das Festhalten an alten Denkkulturen, die sich nur auf das konzentrieren, was innerhalb eines Unternehmens stattfindet. „Doch da draußen ist der Kunde mit seinen Wünschen, seinen Träumen und seiner Kritik. Wer in Zukunft erfolgreich sein möchte, muss alle seine Kräfte an der Schnittstelle zum Kunden bündeln und konsequent von außen nach innen denken.“

## „Kunden zum Fragen einladen!“

Marktforschungen und deren Auswertungen genügen laut Geffroy nicht, um zu erfahren, was der Kunde will. Sein

Tipp: Die Kunden einfach zu sich ins Unternehmen einladen – aber nicht, um wieder ein neues Produkt zu präsentieren, sondern um direkt bei ihnen nachzuhaken, was sie denken, was sie sich wünschen, was sie toll fänden und worin ihre Probleme liegen. Das zusammen betrachtet könne dem Unternehmer wertvolle Informationen liefern, die völlig neue Ideen, Lösungen und Produkte entstehen lassen können.

„Wer seinem Kunden gut zuhört, ist auf dem besten Weg, ihm ein besseres Leben zu ermöglichen. Und nichts anderes wünscht der sich“, weiß Edgar Geffroy und ergänzt: „Das kann jedoch nur dann gelingen, wenn man sich von alten Denkmustern befreit. Seit Jahren predige ich, dass es zum täglich Brot eines jeden Mitarbeiters in einem Unternehmen gehört, sich mit dem Kunden zu beschäftigen. Denn Clienting kann nur dann die

größte Wirkung entfalten, wenn es jeder mit Herzblut umsetzt.“

Mit diesem „Clienting“ benannten Ansatz, also den einzelnen Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, will Geffroy die Business-Grundregeln ändern. Sein Clienting stellt den individuellen Kunden als Menschen und die Steigerung seines Erfolges in den Vordergrund. Und nicht den Markt. Es wird als der systematische Aufbau definiert, den Kunden durch Beziehungsnetzwerke und persönliche Kontaktnetze miteinander zu verschmelzen.

## Beziehung zum Kunden?

Die Beziehungsqualität zum Kunden ist für jede Firmenbilanz der wichtigste Aktivposten. Die Clienting-Prinzipien gehen aber noch weiter: „Man hat mit ihnen die Chance, den Kunden als Verkäufer in die eigenen Lösungen zu integrieren“, so der Business-Vordenker. „Die Clienting-Lehre ist eine Beziehungslehre zum Kunden, mit der Unternehmen auf einfache, neuartige Weise ihre Umsätze steigern können. Sie ist um die Welt gegangen, hat einen zentralen Beitrag beim Thema Kundenorientierung geleistet und Unternehmen neue Chancen aufgezeigt. Heutige Unternehmen müssen den Kunden zu Ihrer ‚Herzenssache‘ machen und es auch glaubwürdig leben. Es gilt, den Kunden als individuellen Menschen zu sehen und eine partnerschaftliche Beziehung zu ihm aufzubauen.“

Mehr Informationen zu Edgar K. Geffroy, seinen Vorträgen und Büchern gibt's auf [www.geffroy.com](http://www.geffroy.com).