

Machen Sie Ihr Unternehmen zur „Customer Driven Company“!

Zahlreiche Experten vertreten die Meinung, dass Kundenorientierung der wichtigste Faktor für den Unternehmenserfolg und die Wettbewerbsfähigkeit ist. Kundenwünsche müssen permanent identifiziert werden und in die Unternehmens- und Produktstrategie miteinbezogen werden. Das Ziel lautet „Customer Driven Company“. Der Weg zu diesem Ziel beginnt bei den Wünschen der Kunden und stellt den Kunden in den Mittelpunkt. Unternehmen müssen Service groß schreiben und dafür sorgen, dass ihre Kunden Spaß und Freude daran haben, Kunden zu sein. Sieben Steps bringen auch Ihr Unternehmen auf den Weg zu einer „Customer Driven Company“.

- Serviceorientierte Unternehmenskultur:** Zukunftsorientierte Unternehmen denken bereits in Ihrer Philosophie an die Kunden und legen auf allen Ebenen fest, was Service für Sie bedeutet. Jeder Vorgesetzte dient hier als Vorbild für seine Mitarbeiter. Eine serviceorientierte Unternehmenskultur schafft außerdem Mitarbeiteranreize für kundenfreundliches Verhalten.
- Lösungsorientierter Ansatz:** Sehen Sie sich als Problemlöser Ihrer Kunden! Mit diesem Ansatz können Sie dem Kunden ein Produkt, eine Lösung oder eine Dienstleistung maßgefertigt anbieten.
- Perspektivenwechsel:** Schlüpfen Sie in die Rolle Ihrer Kunden und versuchen Sie zu erkennen, was Ihr Kunde denkt oder fühlt und was seine wahren Bedürfnisse sind. Wechseln Sie die Perspektive und übertreffen seine Erwartungen. Das Ziel: begeisterte Kunden!
- Dialog mit dem Kunden:** Nutzen Sie jeden Dialog mit dem Kunden, um mehr über ihn zu erfahren. Nutzen Sie jedes Feedback um Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung oder Ihre Lösung zu optimieren. Überprüfen Sie regelmäßig wie zufrieden Ihre Kunden sind und lassen Sie alle Informationen in einen kontinuierlichen Optimierungsprozess hineinfließen
- Reklamation als Chance:** Sehen Sie in jeder Reklamation eine Chance. Ein Kunde der reklamiert, ist einer Ihrer besten Kunden. Er wandert nicht stillschweigend zu Konkurrenz ab, sondern gibt Ihnen die Chance, Ihre Fehler zu beseitigen. Wenn Ihnen der Reklamationskunde wichtig ist und Sie ihm dies zeigen wird er zum Stammkunden.

- Stadtmauer:** Mit einer Stadtmauer schützen Sie dies was Ihnen wichtig ist: Ihre Kunden. Es ist viel schwieriger einen Neukunden zu akquirieren als einen Altkunden zu halten. Und am schwierigsten ist es, einen verlorenen Kunden zurückzugewinnen. Das Motto lautet daher: maximale Kundenbindung
- Exzellenz:** Exzellenz bedeutet, in den Köpfen der Kunden haften zu bleiben. Dies kann aber nur erreichen, wer aus Kundenperspektive einen sichtbaren Nutzensvorsprung bietet. In der Regel ist dies ein emotionaler Nutzen, der den Kunden berührt. Machen Sie durch ganz außergewöhnlichen Service auf sich aufmerksam!

Der Begriff „Customer Driven Company“ stammt von Richard C. Whiteley. Sein Buch mit dem gleichnamigen Titel ist ein Managementklassiker zum Thema „Kundenorientierung“ (deutscher Titel: „Ihr Kunde ist der Boss. Die kundenorientierte Firma“). Fundiert, praxisnah, lebendig geschrieben; mit vielen Beispielen und Management-Werkzeugen zum Selbst-Anwenden.

Dies ist ein Service der Huber Verlag für Neue Medien GmbH, u.a. Herausgeber der Fax- und E-Mail-Publikationen it-ZEITUNG und Brennpunkt Mittelstand.

Mit freundlichen Grüßen

it-ZEITUNG Redaktion