

Wie denken unsere Kunden?



Dem Gast Wünsche erfüllen, bevor er sie ausspricht.

-Foto: medienservice

Wie oft wünschen wir uns, die Gedanken des Gegenübers lesen zu können? Dann wäre vieles einfacher. Dann wüssten wir beispielsweise, was der Kunde wünscht und könnten uns perfekt auf ihn einstellen. Dann könnten wir den perfekten Service leisten, weil wir Wünsche erfüllen könnten, bevor sie ausgesprochen werden. Gedankenlesen – eine Utopie? Falsch! Fast jeder von uns kann Gedanken lesen, na ja zumindest im Ansatz erkennen und mit höher Trefferchance erraten. Er braucht dazu keine komplizierten Maschinen wie moderne Gehirnscanner und es funktioniert auch ohne Zauberkraft. Was wir brauchen ist Beobachtungsgabe, Menschenkenntnis, Situationen erfassen, Mit- und Vorausdenken. Wenn sich beispielsweise der Gast eines Restaurants vom Tisch erhebt und sich umschaut und dabei eine

Schachtel Zigaretten in der Hand hält, braucht es keine hellseherischen Fähigkeiten, um zu erkennen, was er möchte. Wir können ihm also den Weg zum Raucherzimmer oder zur Raucherin zeigen, bevor er danach gefragt hat. Wenn ein Gast hingegen einen Kellner herbeiwinkt und hält dabei seine Geldbörse in der Hand, ist es auch nicht sonderlich schwer, seine Absichten zu erkennen. Wir Menschen sind sehr komplexe Geschöpfe. Daher funktioniert diese Art des Gedankenlesens nicht perfekt und wir irren uns auch, weil wir Situationen und Menschen falsch einschätzen. Aber wir sind nicht nur komplex, sondern auch clever. Wir haben eine Sprache entwickelt, können also Kunden nach ihren Wünschen fragen. Nicht erst seit gestern beschäftigen sich clevere Geschäftsleute mit der Frage, was Kunden erwarten, wünschen, er-

freut, begeistert, was sie abschreckt, stört, verärgert und vertreibt. Und sie versuchen das „unbekannte Wesen Kunde“ mit Hilfe von Fragebögen zu erforschen. Diese Idee ist nicht neu, funktioniert – wenn richtig gemacht – recht zuverlässig, um Schwachstellen im Service zu erkennen und die Leistungen des Unternehmens kundenorientiert zu gestalten.

Die Brüder Johann und Norbert Beck beschäftigen sich seit vielen Jahren mit dem Thema Service, haben u.a. das Fachbuch „Service ist sexy“ geschrieben und führen Kundenbefragungen mit dem so genannten Kunden-Beziehungs-Index durch. Dieser Index wird ermittelt aus Antworten auf die Frage „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“. Antworten sind auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht wahrscheinlich) bis zu 9 (äußerst wahrscheinlich) möglich. Kunden, die den Wert 8 oder 9 angegeben haben, werden als begeisterte Kunden bezeichnet. Diese bleiben dem Unternehmen auf lange Sicht erhalten.

Kunden, die den Wert 7 oder 8 angegeben, werden als neutrale Kunden bezeichnet. Das ist eine interessante Gruppe. Neutrale Kunden sind zwar zufriedene Kunden, sind aber passiver als begeisterte Kunden. Sie lassen sich möglicherweise von Mitbewerbern abwerben und sind weniger aktiv bei der Weiterempfehlung. Kunden, die einen Wert zwischen 0 und 6 angegeben haben, werden als kritische Kunden bezeichnet. Diese sind häufig verärgert und enttäuscht. Sie werden das Unternehmen mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht weiterempfehlen.

Mit einer wissenschaftlichen Formel lässt sich aus den Befragungen der Kunden-Beziehungs-Index errechnen. Wenn gleichzeitig noch einige Fragen gestellt werden, wie beispielsweise der Service verbessert werden kann, was den Kunden stört oder begeistert, können Sie mit Hilfe des Index herausfinden, wie Ihre Kunden denken und das ganz ohne Gedankenleserei.

Service wird nicht vergessen



Das Erfolgserlebnis Schnäppchen gerät in Vergessenheit. Das Erlebnis guter Service bleibt in Erinnerung. -Foto: Uwe Maltz / Fotolia.com

Wenn jemand ein Produkt kaufen möchte, so hat er heutzutage die Wahl, wo er es erwirbt. Denn die meisten Produkte gibt es nicht exklusiv bei nur einem Anbieter, sondern in vielen Geschäften und meist auch im Internet. Die Konkurrenz ist groß. Wo wird der Kunde letztlich sein Geld hintragen? Über Erfolg oder Niederlage entscheidet immer weniger das zu erkaufende Produkt, sondern ganz andere Dinge.

Der niedrige Preis ist nach wie vor ein beliebtes Instrument, um Kunden zu gewinnen. Aldi und Co. machen es vor, wecken mit ihren Schnäppchenangeboten in den Menschen uralte Jäger- und Sammlerinstinkte. Mit dem Preis es aber so wie mit allen Instrumenten – zu oft und zu viel eingesetzt, nutzen sich Instrumente ab und bringen immer weniger Wirkung. Wenn jeder in das Horn „niedrige Preise“ bläst, wird keiner in diesem Konzert herausragen und sich vorteilhaftes Gehör verschaffen können. Dass diese „Geiz ist geil“

Mentalität nicht mehr funktioniert, haben selbst die „Erfinder“ von „Geiz ist geil“ erkannt und ihr Konzept umgestellt.

Wenn man sich nicht mit Produkt oder niedrigem Preis von Mitbewerbern abheben kann, was bleibt dann? Deutschland ist nach wie vor im internationalen Vergleich eine Servicewüste. Da fällt jede Serviceoase auf und lädt die nach Service Dürstenden zum Labsal ein. Da der Service viele Gesichter hat und der Kreativität keine Grenzen gesetzt sind, besteht nicht die Gefahr, dass Service als Instrument an Wirkung verliert. Selbst in lernen, sehr fernen Tagen, wenn Deutschland eine einzige blühende Serviceoase ist, können mit herausragenden Serviceleistungen wichtige Akzente gesetzt werden.

Einen Preiskrieg kann niemand gewinnen. Nicht nur kleine Fachgeschäfte bleiben da auf der Strecke. Auch große Handelsketten verlieren letztendlich, weil sie durch das Drehen an der Preis-

schraube am Service, am Personal und am Ende an der Qualität der Produkte sparen müssen. Selbst der Kunde verliert - die Freude am Einkaufserlebnis, Vielfalt der Einkaufslandschaft, kompetente Beratung, fachgerechte Bedienung usw.

Die Wirkung eines Sonderangebots wird von vielen Geschäftsinhabern überschätzt. Die Freude über ein tolles Schnäppchen verfliegt schnell. Die Erinnerung an das Erlebnis „Toller Service“ bleibt und schafft Kundenbindung. Die Jäger nach den Schnäppchen kaufen heute hier und morgen da, immer gerade dort, wo es ihrer Meinung nach am günstigsten scheint. Deshalb lassen sich mit Sonderangeboten und Rabattaktionen kaum Stammkunden gewinnen. Anders sieht es beim Service aus. Guter Service sorgt für zufriedene Kunden. Und jeder weiß: Zufriedene Kunden kommen wieder. Wer das nicht möchte, sollte weiter auf Service verzichten.



Sie sind einmalig - Ihre Möbel auch!



Perfekter Service für perfekte Wohnlösungen.

-Foto: Dieter Tänzer

Jeder hat seine ganz eigenen Wohnvorstellungen. Möbelindustrie und Handel bieten zwar eine große Vielfalt, dennoch kann das wohl jeder; Man hat eine Wohnidee und sucht vergeblich in den Einrichtungshäusern. Sich von den eigenen Ideen verabschieden? Nein! Ihre Wohnung ist etwas ganz Persönliches und es gibt keinen Grund, warum Sie das Heim nach den Vorstellungen irgendwelcher Möbelhersteller und nicht nach eigenen Wünschen einrichten sollten. Schließlich sind Sie einmalig und das soll Ihre Möbel auch sein. Dies ist der Grundgedanke von Wohnsysteme millimetergenau – der Partner, wenn es um individuelles Wohnen geht.

„Wir verkaufen keine Möbel von der Stange, sondern planen jedes Teil gemeinsam mit dem Kunden nach seinen Vorstellungen, Wünschen, Bedürfnissen und entsprechend der räumlichen Gegebenheit“, schreibt Dieter Tänzer das Konzept. Er ist gemeinsam mit Susanne Stein Inhaber des Fachgeschäftes, das seit zwei Jahren im Einkaufszentrum Neefepark ansässig ist. Jedes Möbelstück ist in Breite, Höhe und Tiefe flexibel planbar. Persönliche Wünsche, Kreativität und Individualismus hinsichtlich Optik, Dekor, Farbgestaltung und Zusammenstellung der Elemente fließen mit ein, sodass jedes Teil ein Unikat ist. Der Preis errechnet sich über den tatsächlich eingesetzten Ma-

terialaufwand. Sondermaße bedeuten hier nicht Sonderpreise.

„Oh kommen zu uns Kunden mit sehr konkreten Vorstellungen“, berichtet Dieter Tänzer. „Mit Hilfe eines 3-D-Computerprogrammes wird jedes Detail geplant. Bei komplizierten Wünschen oder bei sehr aufwendigen Arbeiten besuchen wir unsere Kunden. Wir messen alles professionell aus und beraten und planen gleich vor Ort per Laptop.“ Zum Service gehört natürlich auch eine professionelle Montage, ausgeführt von erfahrenen Tischlern. Mächtige der Kunde selbst seine Möbel aufbauen, erhält er Rabatt. Die kleine, aber feine Ausstel-

lung im Neefepark bietet viele Anregungen und unterstützt die Beratung anschaulich und zum Anfassen beispielsweise bei Fragen der Qualität, Farbgebung, Oberflächen usw. Gleichzeitig werden Ideen zur Dekoration geliefert. „Natürlich kommen nicht nur ausgesprochene Individualisten und Möbel-designer zu uns, sondern auch Menschen, die ein Problem haben, aber keine konkrete Vorstellung, wie sie es lösen können“, berichtet Dieter Tänzer. „Es ist eine schöne und anspruchsvolle Aufgabe, gemeinsam mit dem Kunden nach einer Lösung zu suchen.“ Er erinnert sich beispielsweise an eine Kundin, die fünf Jahre lang nach einer passenden Lösung für den Eingangsbereich suchte. Innerhalb einer Stunde

war es nach ihren Vorstellungen und Maßangaben geplant und wenige Tage später von den Mitarbeitern angeliefert und aufgebaut.

Das Fachgeschäft Wohnsysteme millimetergenau arbeitet seit Jahren eng mit zahlreichen Möbelherstellern und Partnern (zum Beispiel Sanitärinstallateure) aus der Region zusammen und es wurden gute Erfahrungen in den Bereichen Qualität, Zuverlässigkeit und Preis-Leistung gemacht. Inzwischen hat das Fachgeschäft viele zufriedene Kunden in ganz Deutschland, die immer wieder bestätigen, dass sie so einen Service und so ein Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Qualität in den alten Bundesländern nicht bekommen. Die interessanteste Arbeit bisher war der Auftrag eines Geschäftsmannes, gebürtiger Chemnitz, der sich in London ein Apartment millimetergenau einrichten ließ.

Dieter Tänzer und Susanne Stein sind seit vielen Jahren in der Möbelbranche tätig und können auf einen großen Erfahrungsschatz bei der Planung zurückgreifen. Dennoch durchstreifen sie Fachmessen, wälzen neueste Kataloge und sind ständig auf der Suche nach neuen Ideen, Anregungen, Konzepten, Lösungen, Materialien, um diese bei Beratungen mit den Kunden mit einfließen zu lassen.

Endgröße
-17
Wohnsysteme
millimetergenau

Branche/Standort:
Fachmarkt für individuelle
Wohnereinrichtung/
Chemnitz, Neefepark

Produkte/Dienstleistungen:
individuell gefertigte Möbel

Besonderer Service:
Professionelle Beratung zur Raumgestaltung, aussagefähige Planungsoftware, Ideenumsetzung zu Hause beim Kunden, kurze Lieferzeiten, Einsatz professioneller Möbelschleifer oder Selbstmontage

Wir haben genau
Ihre Möbel...

Millimetergenau auf jede Raumsituation zugeschnitten.

Wohn- und Polstermöbel · Schlafmöbel
Bad- und Dielenmöbel · Kinderzimmer
Arbeitszimmer und Accessoires

WOHNSYSTEME
www.millimetergenau.de

NEEFEPARK · im 1. Stock · Telefon: 0371/2678685 · www.millimetergenau.de