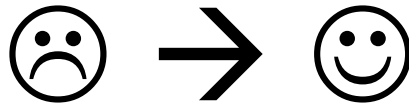


Erfolgskonzept "Kunden-Feedback"



Es ist eine weitsichtige Unternehmensentscheidung, das Kunden-Feedback als Marketing- und Steuerungs-Instrument einzusetzen. Dabei sollten Sie sich auf keinen Fall von einzelnen Mitarbeiter(innen) daran hindern lassen, ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zu Ihren Mitbewerbern zu schaffen.

Wussten Sie schon? 96% der unzufriedenen Kunden beschwerten sich nie!

Wenn Sie permanent das Feedback Ihrer Kunden aktiv holen und verwerten, werden Sie besser als Ihre Mitbewerber, erhalten langfristig begeisterte Kunden sowie begeisterte und selbstmotivierte Mitarbeiter.

Serviceklima: So nutzen Sie das Kundenfeedback zur Verbesserung.

Tip: Führen Sie eine permanente Kundenzufriedenheitsanalyse durch.

Teilen Sie Ihre Aufträge z.B. in 3 bis 4 Kategorien ein und legen fest, in welcher Häufigkeit diese Aufträge nachgeprüft und qualifiziert werden.

Beispiel:

Bezeichnung	Auftragsart	Auswerten
A	Großaufträge ab DM 5000,-	Jeden Auftrag
B	Mittlere Aufträge ab DM 1000,- bis DM 5000,-	Mindestens jeden 3. Auftrag
C	Kleinstaufträge / Wartungsarbeiten bis DM 1000,-	Mindestens jeden 10. Auftrag
D	Sonstiges /Warenverkauf, etc.	Mindestens jeden 20. Auftrag

Tip: Nehmen Sie sich feste Zeiten vor, zu denen Sie die Qualitätsanalyse durchführen. Denken Sie bei der Zeitplanung auch daran, daß Sie die Zeiten so legen, wann Ihre Kundenschicht am ehesten zu erreichen ist.

Wer hat die meisten Kundenkontakte ?

Ein Beispiel zeigt ganz einfach: Nicht Sie alleine steuern Ihr Unternehmen, sondern Ihre Monteure sowie Ihr Personal am Telefon oder am Empfang.

Wenn Sie z.B. ein Betrieb sind mit 10 Mitarbeitern im Kundenkontakt, die jeweils durchschnittlich nur 2 Kunden pro Tag besuchen, so haben Sie jeden Monat rund 400 Kundenkontakte, die Sie entweder nutzen können, oder nicht beachten, oder zum Mißerfolg führen können.

Erfahrungsgemäß geben Kunden negative Erfahrungen ca. 12-fach weiter, positive ca. 2-3-fach. Sie haben also die Chance, entweder bis zu 4800 negative Gespräche (monatlich!) über Ihr Unternehmen zu produzieren, oder rund 1000 positive.

Ist 1/3 Ihrer Kunden von Ihrem Unternehmen begeistert, 1/3 ist neutral und 1/3 ist unzufrieden, so haben Sie immer noch rund 1600 negative Stimmen gegen rund 400 positive.

Diese Beispiel-Rechnung ist sicherlich nur exemplarisch, zeigt aber auf, daß eine nahezu 100%ige Kundenbegeisterung notwendig ist um Empfehlungsgeschäfte aufzubauen.

So blühen Ihre Monteure auf und werden zu "Kunden-Begeisterern"

Kaum ein Problem "brennt" so unter den Nägeln als das Thema "Monteure". Nicht die technische Qualifikation ist es, was vielen SHK-Unternehmern Sorge bereitet. Nein, an der Kundenorientierung fehlt es. Die Motivation dazu? Auch selten vorhanden.

Ein Bäderbauer aus dem Norden berichtete uns erst kürzlich: *Jetzt betreiben wir - durchaus erfolgreich - ein wunderschönes Bäderstudio, werben mit immensem Aufwand, beraten unsere Kunden mit allen Techniken die nur denkbar sind und verkaufen letztlich unseren hochmotivierten und erwartungsvollen Kunden traumhafte Bäder. Dieser emotionale Höhenflug endet aber abrupt in vielen Fällen an dem Tag, an dem unser Monteur bei der Tür des Kunden klingelt... und er erzählt weiter: wir haben schon zigmal mit den Monteuren gesprochen, daß Sie anders mit den Kunden umgehen sollen, aber meistens hält das nur wenige Tage an, dann sind die wieder im selben Trott...*

Persönliches Verhalten der Monteure: 4 Faktoren und Sie haben es im Griff:

1.) Motivation, aber wie?

Wichtigster Tip: Motivation muß von innen kommen !

Jede Motivation, die durch Druck erzeugt wird (Motto: "wenn das nicht besser wird dann trennen wir uns") ist keine Motivation. Auch Geld ist nur bedingt ein Motivationsfaktor und funktioniert nur, wenn finanzielle Anreize auf Dauer eine Perspektive darstellen, die der Monteur auch als solche versteht (Siehe TIP-Scheckheft-Idee in der SI, Ausgabe....).

Einer der wichtigsten Faktoren für Monteure ist mitunter die Selbstbestätigung und Selbstverwirklichung. Packen Sie jeden Monteur beim eigenen Stolz, geben Sie ihm laufend seine Erfolgserlebnisse.

Wenn Sie sich das permanente Feedback Ihrer Kunden holen und an Ihre Monteure nicht nur weitergeben, sondern damit einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess ins Leben rufen, werden Ihre Monteure zu "Selbstläufern".

2.) Leistung prämiieren

Führen Sie ein leistungsbezogenes Prämiensystem ein, das sich vorwiegend an der Kundenbegeisterung orientiert. Die ständige und kontinuierliche Messung dieses Faktors ist hierfür Voraussetzung um die Werte für ein Prämiensystem zu liefern.

3.) Verhaltenstraining

Ihr Wissensstand im Bereich Kundenorientierung und Marketing ist oft weitaus höher als der, Ihrer Monteure. Technische Ausbildung für Monteure ist ein Muß. Verhaltenstraining und erlernter Kundenumgang für Monteure ist in der Zukunft mindestens genauso unerlässlich. Wenn Sie Ihren Monteuren die Möglichkeit geben, sich zu entwickeln, werden Sie Ihrem Unternehmen eine bisher (vielleicht) verschlossene Tür zu neuer Kundenorientierung öffnen.

4.) Permanentes Feedback

Jede Resonanz die von Ihren Kunden zurückkommt muß ohne Verzögerung an Ihre Monteure zurück. Nur so können Sie einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess einleiten. Am besten haben sich permanente Qualitäts-Treffs bewährt. 1 mal pro Woche ein kurzes Meeting mit Ihren Monteuren, bei dem die Auswertungen besprochen werden und der Monteur auch die einzelnen Telefon-Checklisten einsehen kann.

Telefon-Checkliste "Kunden Feedback"

Auftrag:	Kunde:	Kunde ist begeistert	Kunde ist weder begeistert noch enttäuscht	Kunde ist enttäuscht, äußert sich negativ
Datum:	Monteur:			
War unser Mitarbeiter - wie versprochen - pünktlich ?				
Haben Sie unseren Mitarbeiter als nett, oder eher als "geschäftsmäßig" empfunden ?				
Hat unser Mitarbeiter in Ihrer Wohnung geraucht ?				
Sind Sie mit der Ausführung und der Arbeitsleistung unseres Mitarbeiters zufrieden ?				
Wurden die Arbeiten schnell ausgeführt, oder wurde zeitweise "getrödel" ?				
Hat unser Mitarbeiter in Ihrer Wohnung Überziehschuhe getragen ?				
Wurden die Böden bei Ihnen durch ausgelegte Folien oder Schutzflies geschützt ?				
Haben unsere Mitarbeiter Verpackungsmaterial und Schutt mitgenommen ?				
Wurde Ihre Wohnung und insbesondere der Arbeitsort von unserem Mitarbeiter sauber verlassen?				
<i>Können wir außer der durchgeführten Arbeit noch etwas für Sie tun ?</i>				
<i>Würden Sie uns weiterempfehlen ?</i>				
Note für diesen Auftrag:				

Diese Aufstellung sollten Sie um Ihre eigenen Ideen und Vorstellungen ergänzen. Erfahrungsgemäß haben sich 3 bis maximal 5 Fragen als ideal erwiesen. TIP: verwenden Sie jeweils nur die Fragen, die auch situationsbedingt zutreffen. (z.B. wenn ein Monteur raucht)

Am Ende des Gespräches sollten Sie nach weiteren Wünschen des Kunden (hier lauern erfahrungsgemäß bis zu 10% Folgeaufträge) und Empfehlungen fragen und sich freundlich bedanken.

Die Werte lassen Sie am besten in eine Tabelle einfließen, die die wöchentliche / monatliche Qualitäts-Messzahl und deren Entwicklung aufzeigt:

Kunden-Feedback ist ein Instrument, das Ihnen hilft, Ideen und Ziele in die Tat umzusetzen. Wenn Sie beispielsweise die Verwendung von Überziehschuhen beschließen sollten, **muß** eine sichere und kontinuierliche Kontrolle dieser Vereinbarung erfolgen. Das Kunden-Feedback hilft dabei. Starten Sie Ihr eigenes Kunden-Feedback-System und erarbeiten Sie sich begeisterte Kunden.