

Situation

In Zeiten sich angleichender Produktqualität und Preise bietet die Kundenorientierung eines Unternehmens eine entscheidende Möglichkeit zur Differenzierung gegenüber den Wettbewerbern. Eine Vielzahl von Studien belegt inzwischen die hohe Bedeutung eines umfassenden und kundengerechten Services. Gleichzeitig wird der Service aber auch als Hauptursache für Reklamationen von Seiten der Kunden identifiziert.

Anforderungen an das Unternehmen

Auf das Unternehmen wirken zahlreiche Faktoren ein. Der stetig zunehmende Wettbewerb und eine Globalisierung der Märkte stellen hohe Ansprüche an die Innovationskraft, Flexibilität, Geschwindigkeit und Effizienz des Unternehmens. Zusätzlich steigen die Ansprüche der Kunden stetig. Gefordert werden hier Produkte/Dienstleistungen und Service, die auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind. Es gilt, die Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern.

Der Kunde entscheidet

Deshalb ist die Konzentration aller Bemühungen auf den zentralen und wesentlichen Wert – des Kunden - unumgänglich. Der Kunde definiert die Qualität des Produktes/der Dienstleistung und entscheidet mit seinem Verhalten über den Geschäftserfolg des Unternehmens.

Langfristige Kundenbindung

Qualität ist in diesem Zusammenhang nicht gleichbedeutend mit Produktqualität, sondern muss aus Sicht des Kunden ganzheitlich betrachtet werden und umfasst somit auch die Kontakt- und Servicequalität. Untersuchungen zufolge beruht die Zufriedenheit der Kunden auf der Qualität der Kontakte.

Inhalte

- Voraussetzungen für ein erfolgreiches Kundenmanagement
- Regeln für eine erfolgreiche Gesprächsführung
- Persönlicher Kundenkontakt
- Telefonischer Kundenkontakt
- Schriftlicher Kundenkontakt
- Innovative Zusatzleistungen
- Kundenorientierte Organisationsformen
- Werkzeuge des Controllings

Methoden

- thematische Inputs
- Gruppenarbeit
- Rollenspiele
- methodische Bearbeitung konkreter Anliegen/Situationen

Dauer

3 Tage

Teilnehmerzahl

12



Ziele

- Sie vertiefen und erweitern Ihre persönlichen und methodischen Kompetenzen im Kontakt mit dem Kunden.
- Sie erhalten Wissen über ein erfolgreiches Kundenmanagement und der wesentlichen Faktoren der Kundenkontaktqualität
- Ausgangspunkt sind dabei die konkreten Erfahrungen und Fragestellungen der TeilnehmerInnen.