

KUNDENBEGEISTERUNG

Ist ein gewonnener Auftrag immer ein gewonnener?

Ein Auftrag ist dann nicht gewonnen, wenn man die vielen Chancen, die ein Auftrag mit sich bringt, quasi auf der Straße liegen lässt. Was nutzen vier Fenster in der Vorderfassade, wenn man als Verkäufer nicht das ganze Haus, die Nachbarn, Freunde, Kollegen usw. gewinnen konnte?



Foto: Armin Leinen

Vom Kellerfenster zur ganzen Straße und zum ganzen Netzwerk

Das Ziel von Kundenbegeisterung ist es nicht (nur) einen Auftrag zu gewinnen. Kundenbegeisterung geht immer weiter: Sie hat zum Ziel, dass der Kunde einen weiterempfiehlt.

Weiterempfehlungen sind ein Selbstläufer, es gibt kein Marketinginstrument, das erfolgreicher wäre. Sie kosten kein Geld und vor allem haben die Empfohlenen schon halb gekauft, sonst hätten sie erst gar nicht angefragt. Weiterempfehlen sind sozusagen die neu gewonnenen Verkäufer der Verkäufer. Es ist wie ein Schneeballsystem.

Zufrieden ≠ begeistert

Der bedeutende Unterschied zwischen Zufriedenheit und Begeisterung liegt darin, dass zufriedene Kunden, wie das Wort schon sagt, mit der Leistung zufrieden sind. Ihre Erwartungen wurden erfüllt. Sie empfehlen zwar auch hin und wieder weiter, jedoch nur, wenn sie von anderen gefragt werden. Dabei äußern sie sich zufrieden, ohne in Begeisterungseuphorie zu verfallen. Begeisterung wiederum erzeugt beim Kunden wahre Freudensprünge. Anstatt passiv von anderen gefragt zu werden, sind Weiterempfehlen aktiv, voller Begeisterung. Sie empfehlen von sich aus und erzählen von ihren gemachten Erlebnissen. Weiterempfehlung läuft übrigens auch umgekehrt, denn gerade über schlechte Erfahrungen wird sehr gerne geredet. Daher liegt die Skala bei Weiterempfehlungen von minus zehn bis plus zehn.

Montage mit Begeisterungspotenzial

Montage ist das letzte Glied in einer Kette von Kundenerfahrungen. Beratung und Produktqualität können noch so gut sein, wenn die Montage nicht funktioniert oder sich die Monteure nicht pünktlich, freundlich und sauber verhalten, ist es hin mit der Kundenbegeisterung. Umgekehrt können die Monteure mit kleinen Begeisterungshighlights, wie zum Beispiel das eigene Handtuch inklusive Seifenspender auf der Toilette, für Überraschungen sorgen, worüber Kunden sehr gerne sprechen und diese überaus positiven Erfahrungen weiter erzählen.

Den Fensterwunsch wecken

Fährt das Montagefahrzeug am Morgen pünktlich vor, so schaut bereits die Nachbarin aus dem Fenster. Oft wird dadurch, was viele Werbeanstöße bislang nicht schafften, plötzlich der Wunsch nach neuen Fenstern geweckt. Oft geschieht dies aus Neid, einem der größten Motivationsfaktoren. Monteure dürfen daher nicht nur den eigentlichen Kunden im Fokus haben, sondern auch den Nachbarn als möglichen Neukunden. Ihn begeistern die Monteure zum Beispiel durch ordentliches Parken, eine Info im Briefkasten, dass in der Nachbarschaft gearbeitet wird und das eigentliche saubere Arbeiten. Denn viele Arbeiten, gerade an der Vorderfassade, sind von außen sichtbar. Doch nicht nur der Nachbar, auch Autofahrer und Fußgänger, die täglich den

Montageort passieren sowie die Freunde und Familie, die während oder nach der Montage zu Besuch kommen, sind potenzielle neue Kunden. Dazu zählen auch die vielen Arbeitskollegen, Sportfreunde und Vereinsmitglieder, ganz zu schweigen von den vielen Kontakten in den sozialen Netzwerken der Kunden. Wenn man alle diese Personen zusammenzählt, kommt man schnell auf 300 bis 500 Personen.

Daher muss es doch möglich sein, aus diesem Netzwerk zumindest eine Person für neue Produkte zu gewinnen. Daher ist es unverzeihlich, wenn die Vorderfassade zwar gewonnen wurde, jedoch die vielen oben beschriebenen Chancen einfach auf der Straße liegen bleiben. Weiterempfehlung ist daher der beste Erfolgsfaktor in Unternehmen.



DER AUTOR

Armin Leinen ist Experte für Mitarbeitermotivation und Kundenbegeisterung im Handwerk. Er gibt seine langjährigen praktischen Erfahrungen in Form von Seminaren und Coachings an Unternehmer, Verkäufer und Monteure praxisorientiert, authentisch und vor allem umsetzbar weiter – und schreibt Gastbeiträge für die GLASWELT.

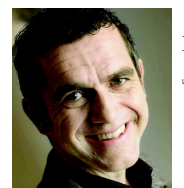


Foto: Leinen

www.arminleinen.com