

Dienstleistungs-Tipp



Der Kunde als Gast

Wie Sie als Gastgeber Punkte machen



Management-Center Handwerk

Kompetenz im Mittelstand

Der Kunde als Gast:

Wie Sie als Gastgeber Punkte machen

Werben auch Sie mit Slogans wie „Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt“? Haben Sie einmal kritisch überprüft, ob Sie auch tatsächlich das halten, was Sie versprechen? Geben Sie Ihren Kunden tatsächlich das Gefühl, dass diese Ihnen wichtig und willkommen sind?

Nehmen Sie einmal alle Phasen des Kundenkontaktes unter die Lupe und zwar von der Ankunft des Kunden in Ihrem Unternehmen über den Aufenthalt bis hin zum Verlassen des Betriebes. Versetzen Sie sich in die Rolle Ihres Kunden und spüren Sie dessen Bedürfnisse auf. Betrachten Sie Ihren Kunden als Gast, dem Sie den Kontakt mit Ihrem Unternehmen so angenehm wie möglich machen möchten. Ihr Ziel sollte es dabei sein, die Erwartungen Ihres Kunden nicht nur zu erfüllen, sondern vielmehr zu übertreffen. Nur dann wird es Ihnen gelingen, Ihren Kunden zu einem treuen Stammkunden zu machen, der Sie zudem aktiv weiterempfiehlt.

Anfahrt

Machen Sie es Ihrem Besucher einfach, den Weg zu Ihnen zu finden! Dies setzt u. a. voraus, dass Sie eine leicht verständliche Anfahrsbeschreibung für die Anfahrt mit dem PKW und mit öffentlichen Verkehrsmitteln anbieten können. Auch auf Ihrer Website sollte diese Wegbeschreibung zu finden sein. Eine zusätzliche Hilfestellung können Sie bieten, indem Sie eine Verlinkung zu einem Routenplaner im Internet einrichten, so dass man sich dort eine Wegbeschreibung von seinem aktuellen Standort aus erstellen lassen kann.

Ankunft

Bei der Ankunft erhält der Kunde einen ersten Eindruck von Ihrem Unternehmen. Dabei gilt: Für den ersten Eindruck gibt es

keine zweite Chance! Prüfen Sie daher, ob Sie folgende Anforderungen erfüllen:

- Ist Ihr Unternehmen leicht zu finden?
- Ist das Firmenschild gut sichtbar und ansprechend gestaltet?
- Wirken das Unternehmensgelände und das Gebäude sauber und ordentlich?
- Sind Kundenparkplätze vorhanden und gut ausgeschildert?
- Sind die Parkplätze kostenlos?
- Ist das Schaufenster aussagekräftig?
- Ist der Eingang leicht zu finden?
- Werden die Bedürfnisse älterer Menschen berücksichtigt? Sind z. B. Rampen für Rollstuhlfahrer vorhanden und Geländer an den Treppen angebracht?

Empfang

Behandeln Sie Ihren Kunden beim Betreten des Unternehmens wie einen Gast. Lassen Sie ihn nicht warten, sondern begrüßen Sie ihn und wenden Sie sich ihm aktiv zu. Fragen Sie ihn, wie Sie ihm behilflich sein können. Wenn es einen Empfangsbereich gibt, sollte dieser klar ausgeschildert und natürlich besetzt sein.

Aufenthalt

Während des Aufenthalts erhält der Kunde eine Fülle von Eindrücken, die über seine Zufriedenheit oder Unzufriedenheit entscheiden. Schaffen Sie eine angenehme Atmosphäre, in der sich der Kunde wohl fühlen kann und in der er mit Aufmerksamkeit, Freundlichkeit und Respekt behandelt wird.

Prüfen Sie, ob Sie folgende Kriterien erfüllen:

- Ist die Wegführung im Betrieb gut ausgeschildert?
- Werden Stolperfallen vermieden?
- Sind die Räume sauber und ordentlich?
- Ist die Innenausstattung ansprechend?
- Gibt es eine Kundentoilette und ist diese sauber?
- Bieten Sie einen Service an, um Warte-

zeiten zu überbrücken, z. B. Sitzgelegenheiten, Zeitschriften, Getränke?

- Werden vereinbarte Termine eingehalten?
- Können Beratungsgespräche in ruhiger Atmosphäre durchgeführt werden?
- Erfragen Sie aktiv die Kundenwünsche?
- Visualisieren Sie Ihre Leistungen z. B. anhand von Mustern und Proben, Photos, spezieller Software?
- Bieten Sie ein Getränk an?
- Werden die Bedürfnisse von Kindern bzw. Eltern mit Kindern berücksichtigt, z. B. durch eine Spielecke, Kindersitzmöbel, eine Wickelkommode?
- Gehen Sie auf die Bedürfnisse von Senioren ein, z. B. durch blendfreie Beleuchtung, große Beschriftungen, Sitzgelegenheiten?

Verabschiedung

Lassen Sie auch bei der Verabschiedung des Kunden nicht mit Ihrer Aufmerksamkeit nach. Hier können Sie z. B. auf folgendes achten:

- Helfen Sie dem Kunden in den Mantel und begleiten Sie ihn bis zur Tür.
- Schenken Sie Kindern einen Lutscher, ein kleines Spielzeug o. ä.
- Ermitteln Sie eine Verkehrsverbindung für den Kunden, wenn dieser mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu Ihnen gekommen ist.
- Bieten Sie Ihrem Kunden bei Regen an, sich einen Schirm auszuleihen (der natürlich mit Ihrem Firmenlogo versehen ist).
- Übernehmen Sie die Parkgebühren für Ihren Kunden, wenn in der Nähe Ihres Firmengebäudes keine kostenlosen Parkplätze vorhanden sind.

Es gibt viele Möglichkeiten, bei der Verabschiedung noch einmal einen positiven Eindruck zu hinterlassen. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf und verblüffen Sie Ihren Kunden durch besondere Aufmerksamkeit und Service.

Tipps zur Verbesserung Ihrer „Gastgeberqualitäten“ und der Kundenorientierung

Häufig nimmt man Schwachstellen im eigenen Unternehmen selber nicht mehr wahr. Bitten Sie daher Freunde, sich kritisch bei Ihnen umzusehen und Ihnen offen mitzuteilen, was ihnen negativ wie auch positiv auffällt. Schauen Sie sich bei der Konkurrenz und bei Unternehmen anderer Branchen um. So können Sie Ihre eigenen Stärken und Schwächen besser identifizieren und erhalten wertvolle Anregungen.

Um dauerhaft erfolgreich zu sein, ist es wichtig, dass Sie Ihre Mitarbeiter für das Thema Kundenorientierung sensibilisieren. Zu diesem Zweck ist die Durchführung von Mitarbeiter-Workshops wichtig. Hilfreich ist es dabei, wenn Sie sich zunächst mit Ihren Mitarbeitern in die Kundenrolle versetzen. Tragen Sie gemeinsam zusammen, was Sie als Kunde in anderen Unternehmen, egal in welcher Branche, begeistert hat. Anschließend sammeln Sie Ideen, um die eigenen Kunden zu begeistern. Erstellen Sie eine Liste derjenigen Maßnahmen, die Sie umsetzen möchten. Nehmen Sie sich dann die fünf wichtigsten Maßnahmen vor und erstellen Sie einen Plan, welcher Mitarbeiter bis wann welche Maßnahme umsetzt. Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter außerdem kontinuierlich für diese Thematik, indem Sie z. B. bei Mitarbeiterbesprechungen Ideen für die Verbesserung der Kundenorientierung entwickeln, Rollenspiele zum kundenorientierten Verhalten durchführen und Reklamationen oder Beschwerden thematisieren.

Betrachten Sie Ihre Bemühungen hin zu einer optimalen Kundenorientierung nie als abgeschlossen an. Die konsequente Ausrichtung Ihres Unternehmens auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ist ein kontinuierlicher Prozess, für den Sie stets wachsam sein sollten.

Herausgeber:
Management-Center Handwerk (MCH) der
Landes-Gewerbeförderungsstelle des NRW Handwerks (LGH)
Tel: 0211 30108-333
Fax: 0211 30108-530
<http://www.mch.de>
Geschäftsführer:
Dipl.-Volkswirt Reiner Nolten
stv. Geschäftsführer:
Dipl.-Ök. Jürgen-Johannes Lau
Redaktion:
Claudia Stemick M.A.
Autor:
Dipl.-Bw. Petra Bonifas
Produktion:
Wohlfeld und Wirtz, Duisburg
Foto:

