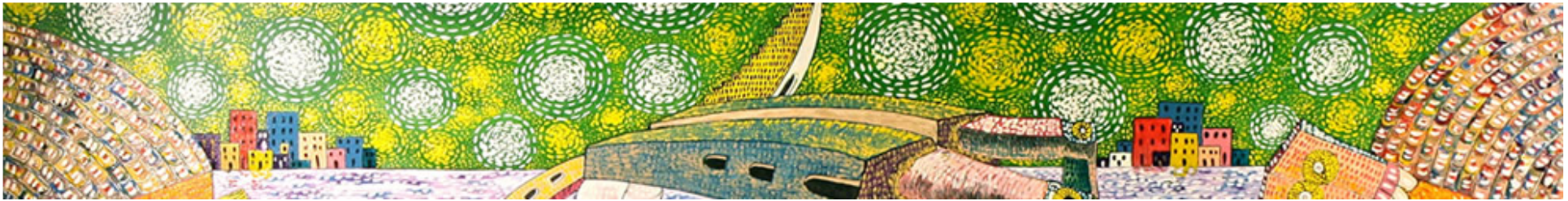




Wie gehe ich mit meinen Kunden „nachhaltig“ um. Nachhaltiges Kundenmanagement für Kleinbetriebe

Eine Veranstaltung des EIAB e.V.,
15. Oktober 2015
Alsbach-Hähnlein

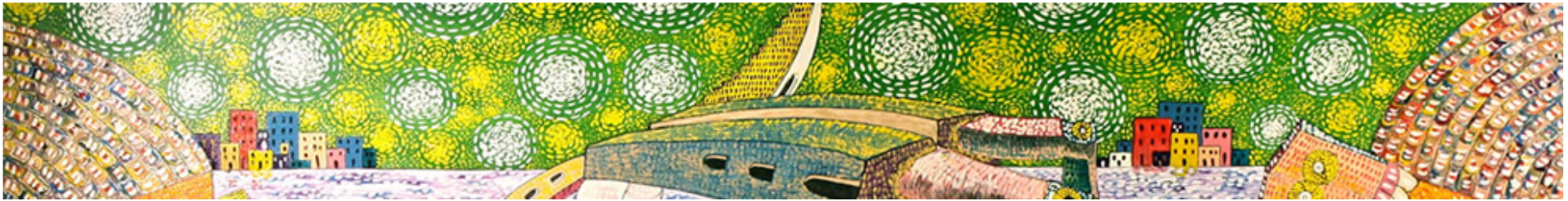
Norbert Möhring, TrainArt Consulting



Themen heute

Querschnitt Vertriebsthemen

- Definition und Ziele nach Gabler-Lexikon
- Kommunikation – Basis für erfolgreiche Kundenkontakte, Kundentypen
- Verfolgungskette
- Kundenentwicklungsplan, ein Beispiel
- Argumentationshilfen
- Aspekte des Beschwerdemanagements
- Allgemeine Fragen



Nachhaltiges Kundenmanagement - Ziel

Nachhaltiges Kundenmanagement ist auf eine erfolgreiche, für das Unternehmen profitable und für den Kunden Nutzen stiftende Kundenbeziehung ausgerichtet

Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/nachhaltiges-kundenmanagement.html>

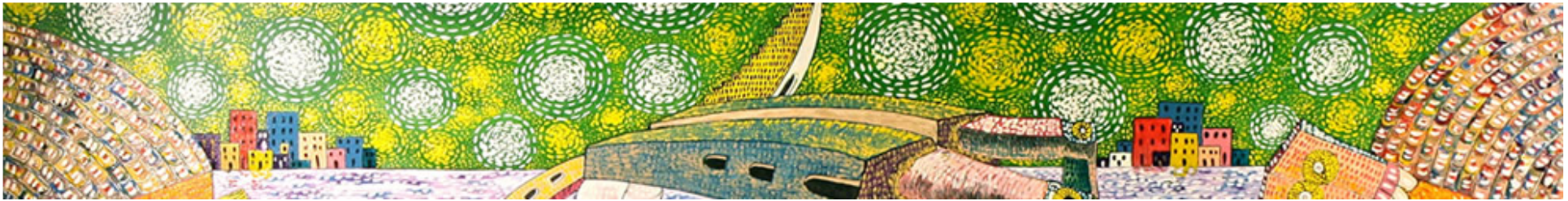


Nachhaltiges Kundenmanagement - Definition

Merkmale der Ressourcenorientierung

- Planung
- Kommunikation
- Beziehung
- Prozesse
- Kontaktpunkte
- Controlling

Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/nachhaltiges-kundenmanagement.html>



Was ist ein Kunde?

Die wichtigste Person im Unternehmen

Hängt nicht von uns ab, sondern wir von ihm

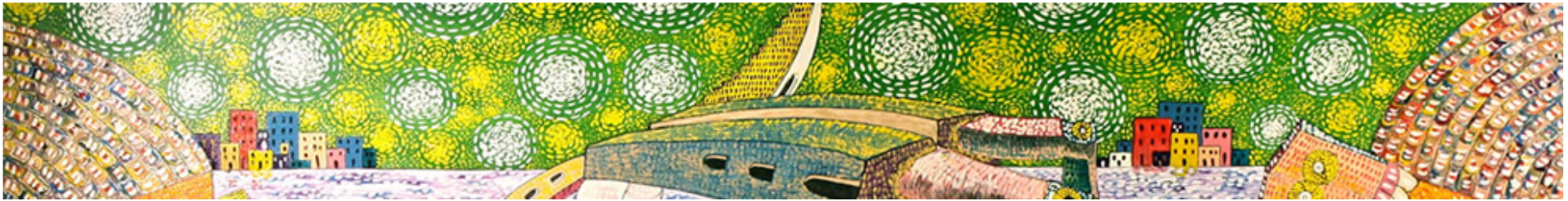
Ist keine Unterbrechung unserer Arbeit, sondern Sinn und Zweck.

Ist kein Außenstehender, sondern lebendiger Teil unseres Geschäfts

Ist keine kalte Statistik, sondern ein Mensch aus Fleisch und Blut

Ist nicht jemand, mit dem man ein Streitgespräch führt oder den Intellekt misst

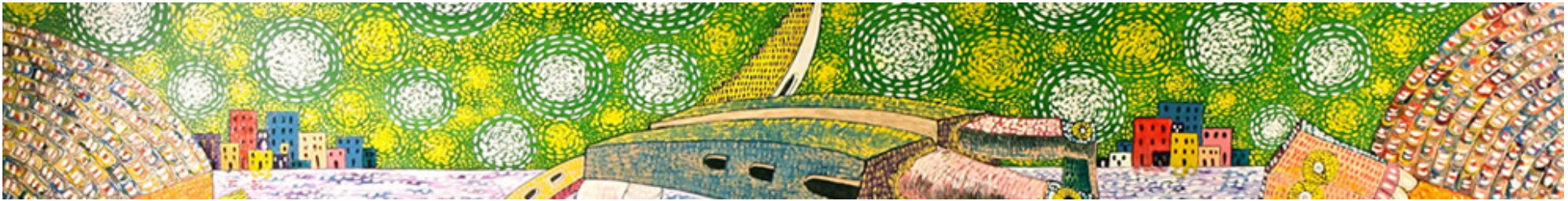
Ist jemand, der uns seine Wünsche bringt



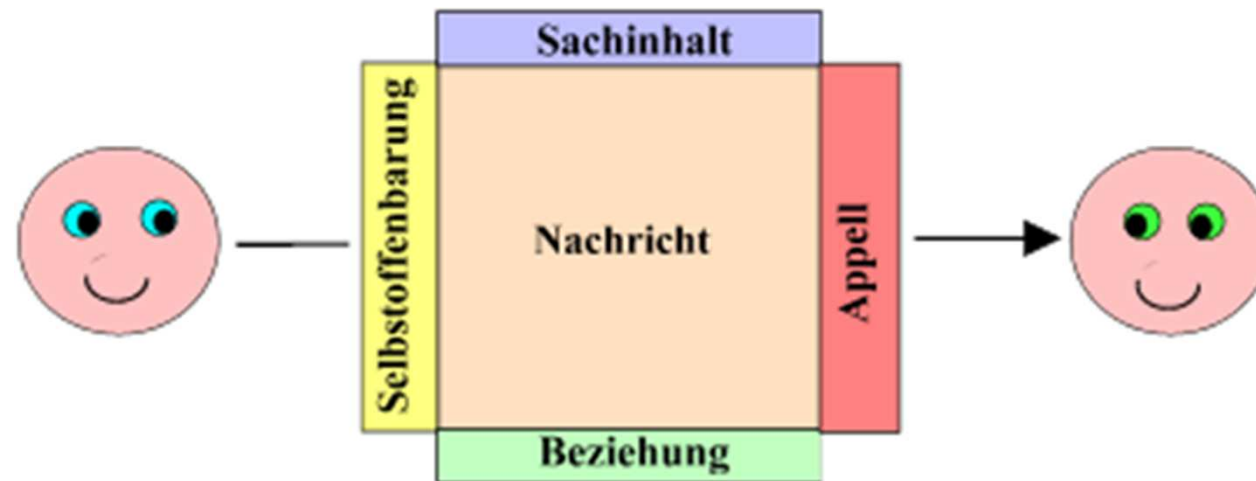
Merkmale des heutigen Kunden

Der heutige Kunde...

- ...ist individueller geworden
- ...ist anspruchsvoller
- ...hat eine vielfältige Wertestruktur
- ...ist deutlich kritikfähiger
- ...ist weniger marken-loyal
- ...erwartet mehr Dienstleistung
- ...erwartet ein Höchstmaß an Wertschätzung
- ...will sich auf der Beziehungsebene wohl fühlen
- ...sucht Käufererlebnisse



Kommunikation (1)



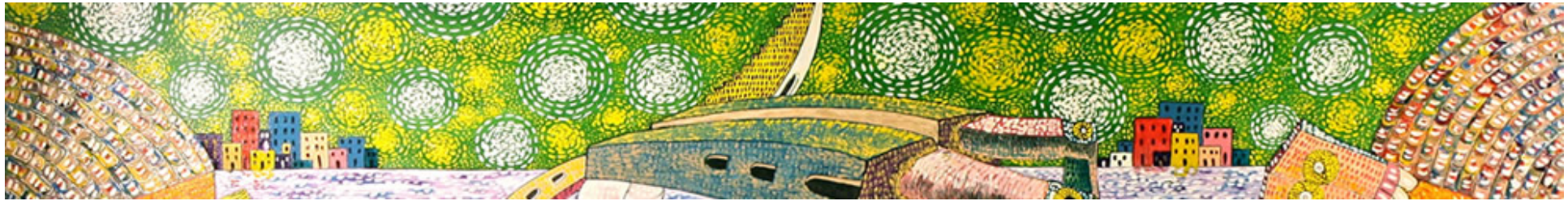
Die vier Seiten lassen sich anhand der folgenden Leitfragen näher beschreiben:

Sachinhalt
Selbstoffenbarung
Beziehung

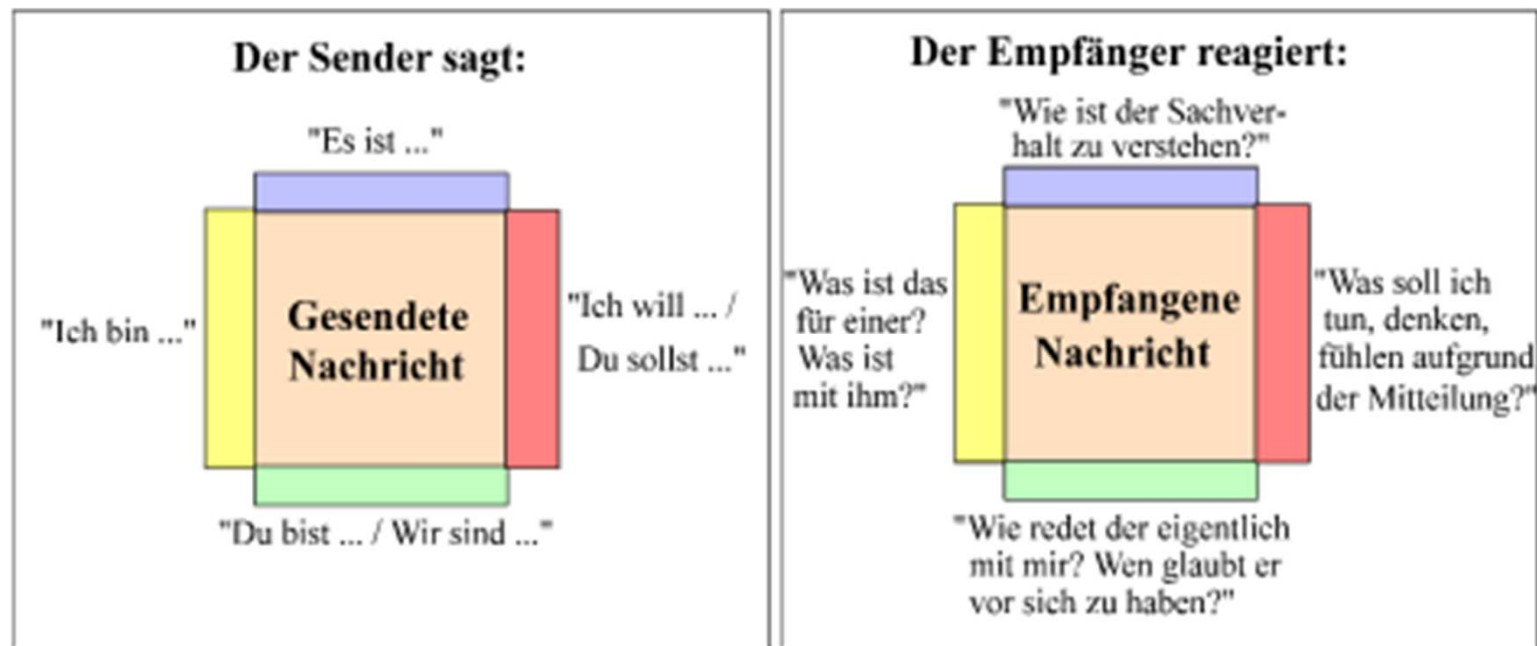
Welche reinen Fakten enthält die Nachricht?
 Was sagt der Sender über sich selbst aus?
 Welche Beziehung zwischen Sender und Empfänger ist erkennbar? Wie stellt der Sender den Kontakt zum Empfänger her?

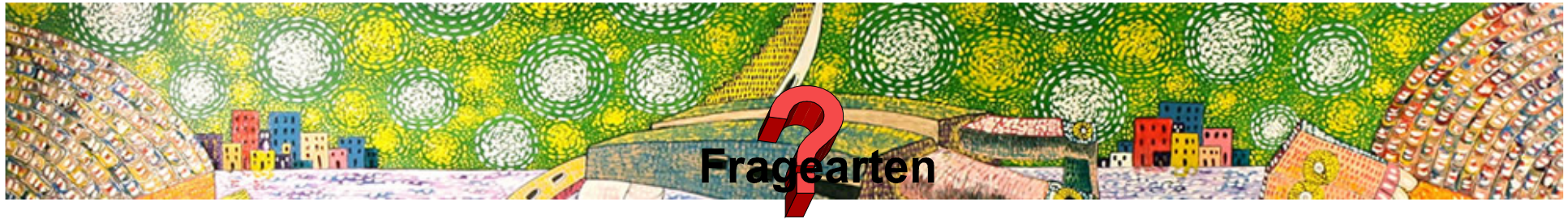
Appell

Was will der Sender beim Empfänger erreichen, wohin will er ihn lenken? Was soll der Empfänger tun oder lassen?



Kommunikation (2)

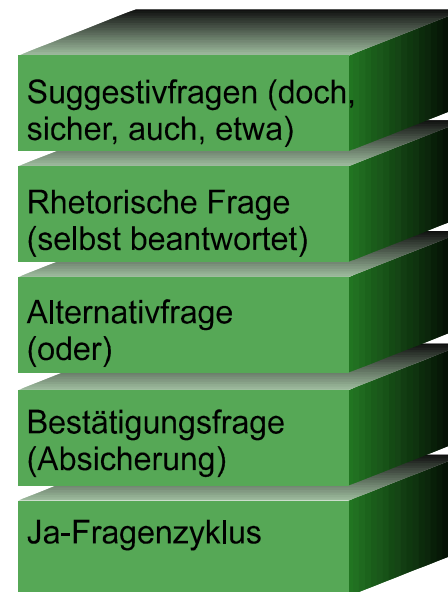




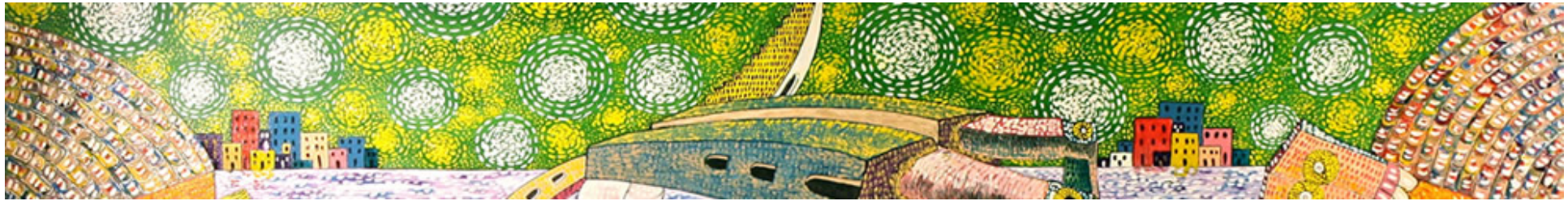
Informationsfragen



Taktische Fragen



Informationsfragen dienen mehr der Informationsbeschaffung,
taktische Fragen dienen mehr der Gesprächslenkung!



INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“



5 Kundenpflege

Ziel:

Wir wollen einen möglichst stabilen Kundenstamm. Wir können unseren Kunden konkret sagen, wo unsere Stärken liegen, um uns gegenüber Wettbewerbern abzuheben. Durch unsere Kundenpflege und das Einbinden unserer Kunden wissen wir, welche Kundenbedarfe es gibt und welche unserer Stärken für den jeweiligen Kunden besonders nützlich sind.





Ihre Fragen!

