

Durchschnitt oder BUNTES EI?

Kunden mit Methode überraschen, verblüffen und begeistern

Standard or PAINTED EGG?

Methods to surprise, amaze and impress customers

Ralf R. Strupat, STRUPAT.KundenBegeisterung!, Halle/Westfalen *

Akkurat in Reih und Glied liegen 30 Eier auf einer Steige. Sie gleichen sich sprichwörtlich wie ein Ei dem anderen. Alle eiförmig, alle weiß. Bis auf eines. Bunt wie ein Regenbogen leuchtet es aus der Menge heraus. Nach welchem Ei wird zuerst geschaut? Welches wird herausgenommen? Berührt? An welches erinnert man sich später? Natürlich an das Bunte! Auch Ihr Unternehmen kann ein solches buntes Ei werden. Indem Sie Kunden überraschen, verblüffen und begeistern, indem Sie sich anders als alle anderen präsentieren, indem Sie die Momente der Wahrheit erkennen und für Ihre Kunden unvergleichliche Momente der Begeisterung schaffen.

Die derzeitige wirtschaftliche Lage führt in vielen Unternehmen zu enormen Umsatzeinbußen. Selbst den treuesten Stammkunden sitzt das Geld nicht mehr so locker in der Tasche und es wird immer schwieriger, neue Kunden zu begeistern. Produkte, Qualität oder Service-Leistungen werden immer ähnlicher. Will ein Unternehmen seine Kunden begeistern, muss es Maßnahmen entwickeln, die kreativer, fröhlicher, interessanter sind als die bekannten.

Den Faszinationsgrad erhöhen

Wir leiden unter dem Gleichheitssyndrom: Alles ist ähnlich und damit auch austauschbar. Wer als Unternehmen nicht wie jedes andere sein will, der muss mehr bieten ..., anders sein ...! Wer die Zukunft nicht nur in den Griff bekommen, sondern glücklich gestalten will, der muss:

- satte Verbraucher hungrig machen,
- systematisch am Feinheitsgrad (Strategie, Qualität, etc.) seines Unternehmens arbeiten,
- den Faszinationsgrad seines Unternehmens steigern.

Denn wohlstandsgesättigte Menschen, die nur kaufen möchten und nicht kaufen müssen, wollen fasziniert sein, ja begeistert werden von einer Sache. Satte Menschen brauchen besondere Reize.

Ein buntes Ei blitzt aus den Reihen

Aber wie wird man ein buntes Ei in der Wahrnehmung des Kunden? Wir müssen Kunden überraschen, verblüffen und begeistern. Warum reichen eigentlich zufriedene Kunden nicht aus? Weil Kundenzufriedenheit bedeutet, der Kunde bekommt das was er erwartet – nicht weniger aber auch nicht mehr! Zufrieden kann er bestimmt auch woanders sein.

Der Grad der Treue hängt davon ab, wie glücklich man mit dem Anbieter ist, wie viel

man der Beziehung beimisst, ob man einem weiteren Nebenbuhler Aufmerksamkeit schenkt, und wenn ja, wie groß der Unterschied zwischen beiden ist. Klingt fast so wie im richtigen Leben – nicht wahr? Aber begeisterte Kunden sind die, die aus tiefer Überzeugung bei Ihnen kaufen. Das ist genau das, was Kunden zu Fans macht.

Menschliche Kontakte, die begeistern

Ob Unternehmer und Mitarbeiter ihre Kunden kennen und ob sie das vorhandene Wissen über ihre Kunden nutzen, entscheidet letztendlich, ob die Kunden nur zufrieden oder aber begeistert sind. Entscheidend für den Zufriedenheitsstatus eines Kunden sind die sogenannten „**Momente der Wahrheit**“.

Momente der Wahrheit sind die Kontakte zwischen Kunden und Menschen in einem Unternehmen. Um diese Momente aktiv und bewusst zu gestalten, müssen sie zunächst wahrgenommen und im Sinne des Kundennutzens fortwährend verbessert werden. Kunden, Mitarbeiter und Unternehmer haben ganz unterschiedliche Perspektiven und Wahrnehmungen. Mitarbeiter erleben die tägliche Routine von Abläufen und Handlungen und empfinden sie logischerweise als sinnvoll. Der Kunde hingegen erlebt die Abläufe nicht als Kontinuität. Er nimmt nur kurze Eindrücke wahr. Aus den Mosaiksteinchen zahlreicher solcher Momentaufnahmen setzt sich das Gefühl von Zufriedenheit oder Unzufriedenheit zusammen. Die wichtigsten Momente der Wahrheit sind:

