

„Behandle Kunden wie Deine Freunde!“

Rund 300 Besucher erlebten beim diesjährigen „Druckforum“ in Filderstadt, einer Veranstaltung des Verbandes Druck und Medien in Baden-Württemberg e.V., den Motivationstrainer, Marketing- und Vertriebsexperten Jürgen Frey.

Den Vortrag stellte er unter das Motto „Mein Freund, der Kunde – ohne Tricks und Fallen Kunden gewinnen und behalten“. Darin zeigte er auf Basis der von ihm mitentwickelten TEMP-Methode®, eines Konzeptes für unternehmerischen Erfolg, wie Business funktioniert: nämlich ehrlich, authentisch und mit Begeisterung für den Kunden. Jürgen Frey warnt: „Verkaufsdruck ist keine Lösung! Wer keine Alleinstellung hat, muss über den Preis gehen!“ Als Schlüssel zum Verkaufserfolg gab er den Besuchern der Kongress-Veranstaltung sieben Erfolgsfaktoren auf den Weg:

› **Kernkompetenz:** „Analysieren Sie Ihre Stärken und Schwächen. Vergleichen Sie Ihr Profil mit der Konkurrenz. Finden Sie heraus, wer die Know-how-Träger in Ihrem Haus sind. Beschäftigen Sie sich mit Ihren Kunden und nehmen Sie dessen Perspektive ein. Führen Sie regelmäßig Gespräche mit Betriebsfremden.“

› **Zielgruppen-Fokus:** „Kristallisieren Sie durch immer feinere und exaktere Bewertungen von möglichen Kundengruppen die eine Zielgruppe heraus, auf die Sie Ihr Angebot zu-schneiden möchten. Treffen Sie die Entscheidung für eine Zielgruppe bewusst. Lernen Sie Ihre Zielgruppe immer besser kennen. Verkleinern Sie Ihre Zielgruppe noch weiter, wenn Sie die Chance haben, für diese wenigen Kunden faktisch Monopolist zu sein.“

› **Servicequalität:** Die Frage: „Billig oder Service?“ beantwortet Frey deutlich mit „Service!“. Untersuchungen haben gezeigt, dass 68 Prozent der Kunden wegen mangelnden Services abwandern. Service hat viel mit menschlicher Begegnung zu tun. Und: Guter Service spricht sich herum. Sein Ratschlag: „Legen Sie Servicegrößen fest, indem Sie individuelle Kennzahlen definieren und regelmäßig messen (z. B. für Lieferzeiten). Analysieren Sie sämtliche Kun-

denkontakt-Punkte. Legen Sie Servicestandards fest und kommunizieren Sie diese im gesamten Unternehmen. Schulen Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig und fundiert im Bereich Service. Führen Sie Kundenumfragen nach Zufriedenheit bzw. Verbesserungen durch. Sammeln Sie systematisch Kunden-Informationen und setzen Sie das Wissen über Ihre Kunden gezielt ein.“

› **Innovationsfähigkeit:** Früher stand das Produkt fest, und die Aufgabe war, möglichst viele Kunden dafür zu gewinnen. Heute müssen sich Unternehmen ständig mit Trends beschäftigen. Freys Tipp: „Berufen Sie in Ihrem Unternehmen ein Zukunftsteam ein. Nutzen Sie Kreativitätstechniken, um im Team zunächst viele Ideen zu sammeln, ohne diese bereits zu bewerten. Bewerten und priorisieren Sie die gesammelten Ideen anhand einer Entscheidungstabelle. Sammeln Sie Fakten zu technischen Fragen, Marktgegebenheiten usw. Entscheiden Sie sich auf Basis der Recherche für eine bis maximal drei Ideen, die Ihnen als die besten und erfolgversprechendsten erscheinen.“

› **Verkaufsstrategie:** „Machen Sie Ihren Mitarbeitern klar, dass jeder von ihnen Einfluss auf die Kunden und damit auf die Auftragslage hat. Schulen Sie Ihre Mitarbeiter, Potenzial für Aufträge zu erkennen und zu nutzen. Machen Sie Ihren Kunden deutlich, wie wichtig Ihnen Weiterempfehlungen sind. Erstellen und kommunizieren Sie einen Organisationsplan, bei dem der Kunde im Mittelpunkt aller Prozesse des Unternehmens steht.“

› **Zufriedenheitsmessung:** Grundsätzlich gilt: Kunden befragen – aber richtig! „Legen Sie die Befragungsform fest, telefonisch oder durch einen Mitarbeiter. Entscheiden Sie sich für eine bestimmte Methode. Legen Sie den Kundenkreis für Ihre Messung fest. Entscheiden Sie sich für einen Befra-

gungs-Intervall. Werten Sie die Ergebnisse regelmäßig aus und machen Sie diese Mitarbeitern zugänglich. Wiederholen Sie die Messung in regelmäßigen Abständen.“

› **Kundenbeziehungs-pflege:** Freundschaften wollen gepflegt werden – Kundenbeziehungen auch. Ziel der Kundenbeziehungs-pflege ist, dass der Kunde automatisch wieder bei Ihnen kauft. Frey: „Sammeln Sie aussagekräftige Kundendaten (z. B. auch Geburtstage). Kontaktieren Sie Ihre Kunden von sich aus, warten Sie nicht, bis der Kunde zurückkommt. Setzen Sie immer auf eine langfristige Beziehung. Bleiben Sie in Verbindung, pflegen Sie den Kontakt.“

Letztlich lautet Jürgen Freys Credo: „Wer diese sieben Gebote beherzigt, der kann verkaufen! Behandle Kunden wie Deine Freunde!“

Informationen: www.highway-to-sell.de | www.verband-druck-bw.de



Jürgen Frey.

FOTO: TEMPUS