

Durch Service profilieren

Der Erfolg eines Tischlers/Schreiners hängt maßgeblich von seinen Serviceleistungen ab. Eine professionelle Herangehensweise bei Auftragsannahme, Angebotserstellung, Auftragsausführung und Kundenbindung fördert die Zufriedenheit und damit das Empfehlungsverhalten der Kunden.

Der Ruf der Handwerker ist nicht immer positiv. Sie kommen zu spät – wenn sie überhaupt auftauchen. Sie verschieben angekündigte Termine kurzfristig. Das Angebot trudelt erst nach zweimaligem Nachfassen ein. Und dann entspricht es nicht dem Auftrag, heißt es. Unter diesen Servicemängeln leidet schließlich der Eindruck der Gesamtleistung von Betrieben. Handwerker sollten es erst gar nicht so weit kommen lassen und in ihren Unternehmen professionelle Servicestandards setzen. Diese Investition lohnt sich, denn es gibt viel weniger zeitaufwendigen Ärger, und der Betrieb profitiert langfristig von zufriedenen Kunden und deren Weiterempfehlungen. Im Folgenden werden fünf wichtige Punkte für einen guten Service aufgeführt.

Telefon

Tischler/Schreiner müssen sicherstellen, dass im Büro jemand erreichbar ist, der einen Auftrag annehmen kann. Das Telefon sollte nicht öfter als zwei-, dreimal klingeln, ehe abgenommen wird. Wenn der Arbeitsplatz kurzfristig verlassen werden muss, sollte das Telefon umgeleitet werden. Gleiches gilt bei längerer Abwesenheit. Alternativ kann auch auf dem Anrufbeantworter ein verbindlicher Zeitraum, beispielsweise zwischen 18 und 19 Uhr, für einen Rückruf angegeben werden. Diese Zusage sollte dann auch eingehalten werden.

Anfragen

Anfragen haben höchste Priorität und müssen deshalb so schnell wie möglich bearbeitet werden. Betriebe sollten sich ein festgelegtes Ziel setzen, beispielsweise, dass innerhalb von 24 Stunden Angebote abgegeben werden. Sind die Anfragen komplexer, sollte ein Zwischenbescheid gegeben werden, beispielsweise in folgender Form: „Vielen Dank, wir haben Ihre Anfrage erhalten, Sie bekommen das Angebot innerhalb von drei Tagen.“ Wird diese Absprache eingehalten, wirkt sich das beim Kunden sehr positiv aus. Das Handwerksunternehmen gewinnt sein Vertrauen und eher seinen Auftrag. Innerhalb einer Woche nach Aussendung des Angebotes sollte nachgehakt werden. Wichtig ist, bis zu einer finalen Entscheidung dran zu bleiben.

Termine und Zusagen

Schnelligkeit und Zuverlässigkeit muss auch das Leitmotiv eines Handwerksunternehmens sein. So kann der Betrieb wirkliches Interesse an einem Auftrag und die eigene Professionalität untermauern. Wenn etwas dazwischen kommt, sollte der Kunde so früh und so feinfühlig wie möglich darüber informiert werden.

Reklamationen

Bei Reklamationen sollte zunächst einmal dem Kunden zugehört werden,

egal, ob die Beanstandung berechtigt ist oder nicht. Das ist nicht immer angenehm für den Handwerker, aber die Pflege der Kundenbeziehung gehört zum Job. Dann muss schnell für eine Lösung gesorgt werden. Sollte die Reklamation nicht in Gänze berechtigt sein, ist dennoch Kulanz angebracht. Je mehr Service ein Betrieb im Vorfeld geboten hat und je enger die Kundenbeziehung ist, desto leichter sind diese unangenehmen Gespräche und desto einfacher ist die Lösung des Problems.

Kundenbeziehung

Auch Tischler/Schreiner müssen darüber nachdenken, wie sie ihre Kunden binden können, etwa über einen inhaltsreichen und unterhaltsamen Facebook-Auftritt oder ein jährliches Kundenmagazin. Wenn im Rahmen einer Arbeit beim Kunden vor Ort Potenzial für weitere Arbeiten ins Auge fallen, sollte dieser darauf angesprochen werden. In jedem Fall sollten zufriedene Kunden darum gebeten werden, Empfehlungen auszusprechen. Visitenkarten und/oder ein informativer Unternehmens-Flyer sind diesbezüglich wichtige Hilfsmittel. Fazit: Service kostet Zeit und damit Geld. Aber es ist allemal besser, in eine gute Kundenbeziehung zu investieren, als im Nachgang mindestens genauso zeitintensiv einen Auftrag retten zu müssen. Guter Service fördert das Geschäft und ist zudem befriedigender als den „Feuerwehrmann“ zu spielen. ■

Zur Person

Jürgen Frey ist Wirtschaftsingenieur und Fachbuchautor (u. a. „Mein Freund, der Kunde“). Der Marketing- und Vertriebsexperte gehört zur Geschäftsführung von Tempus-Consulting im württembergischen Giengen und berät seit 15 Jahren Handwerksbetriebe, Dienstleister und Industrieunternehmen in ganz Deutschland. Weitere kostenlose Vertriebstipps unter: <http://www.highway-to-sell.de/download-center/>

