



Egal ob eine Beschwerde berechtigt ist oder nicht: Hören Sie Ihren Kunden stets aufmerksam zu und sorgen Sie für eine Lösung. Das ist nicht immer leicht, aber gut für die Kundenbeziehung.

Bild: Fotolia/Gina Sanders

Profilierung durch Service So werden Sie Ihrem (guten) Ruf gerecht!

Auch Handwerker sind an der einen oder anderen Stelle auf Mund-zu-Mund-Propaganda angewiesen. Um so wichtiger ist es, sich und sein Unternehmen in allen Phasen des Kundenkontakts als korrekt und zuverlässig darzustellen. Fünf Tipps sollten Sie beachten.

Der Ruf von Handwerkern ist nicht positiv: Sie kommen zu spät – wenn sie überhaupt auftauchen, heißt es. Sie verschieben angekündigte Termine kurzfristig. Das Angebot trudelt erst nach zweimaligem Nachfragen ein. Und dann entspricht es häufig nicht dem Auftrag. Unter diesen und ähnlichen Servicedesastern leidet schließlich der Eindruck der Gesamtleistung auch von Gebäudereinigern, sagt der Marketing- und Vertriebsexperte Jürgen Frey. Denn Kunden, die emotional an der Decke hängen, regen sich über jede sich bietende Möglichkeit auf.

Was tun? Lassen Sie Ihre Kunden erst gar nicht „aufsteigen“. Setzen Sie in Ihrem Unternehmen professionelle Servicestandards und behandeln Sie Ihre Kunden von Anfang an mit Wertschätzung. „Diese zeitliche Investition lohnt sich“, so der Fachbuchautor (Mein Freund der Kunde), „denn Gebäudereiniger haben danach viel weniger zeitaufwändigen Ärger und diese Betriebe setzen sich von ihren Mitbewerbern ab.“ Und schließlich profitieren die Unternehmen langfristig von zufriedenen Kunden und deren Weiterempfehlung. Frey hat fünf Tipps:

1. Telefon: Erreichbar sein!

Sorgen Sie dafür, dass jemand erreichbar ist, der einen Auftrag annehmen kann. Das Telefon sollte nicht öfter als zwei-, dreimal

klingseln, ehe Sie abnehmen. Müssen Sie kurzfristig Ihren Arbeitsplatz verlassen, leiten Sie es um oder nehmen Sie das tragbare Telefon mit. Müssen Sie langfristig auf einen oder mehrere Kundentermine, leiten Sie das Telefon um oder besprechen Sie den Anrufbeantworter mit einem verbindlichen Zeitraum für den Rückruf, beispielsweise am kommenden Morgen zwischen 9 und 10 Uhr. Der Prokurist der schwäbischen Unternehmensberatung Tempus-Consulting fordert aber: „Halten Sie dieses Versprechen dann aber auch unbedingt!“

2. Anfragen: Möglichst schnell antworten!

Anfragen von Kunden haben höchste Priorität und sollten deshalb so schnell wie möglich bearbeitet werden. Setzen Sie in Ihrem Unternehmen ein festgelegtes Ziel: etwa, innerhalb von 24 Stunden sind Angebote für die klassische Reinigungsaufgaben draußen. Sind die Anfragen, etwa für Gebäudemanagementaufgaben, komplexer, geben Sie einen Zwischenbescheid: „Vielen Dank, wir haben Ihre Anfrage erhalten, Sie bekommen das Angebot innerhalb von drei Tagen.“ Halten Sie diese Absprachen ein, erzielen Sie bei Ihren Kunden einen Wow-Faktor. Sie gewinnen sein Vertrauen und eher seinen Auftrag. Haken Sie vor allem innerhalb einer Woche nach

Angebotsabgabe nach und sprechen Sie an, was gefallen hat und warum der Kunde noch zögert. Und bleiben Sie ohne zu nerven am Ball, bis eine finale Entscheidung getroffen ist.

3. Termine und Zusagen: Zuverlässig einhalten!

Schnelligkeit und Zuverlässigkeit muss Ihr Leitmotiv sein. So signalisieren Sie wirkliches Interesse an dem Auftrag und die Professionalität Ihrer Dienstleistung. Es kann immer etwas dazwischenkommen. Dann informieren Sie Ihren Kunden so früh und so feinfühlig wie möglich darüber. Denken Sie daran: Wie geht es Ihnen, wenn Sie warten müssen? Wenn sich sich extra freigenommen haben? Nicht wissen, ob der angekündigte Handwerker auch wirklich kommt? Muten Sie das Ihren Kunden nicht zu!

4. Reklamationen: Immer ruhig anhören!

„Hören Sie Ihren Kunden zunächst zu“, rät Jürgen Frey. Egal, ob berechtigt oder nicht. Der Kunde ist sauer und will Dampf ablassen. Das ist nicht angenehm für Sie, aber die Pflege der Kundenbeziehung gehört zu Ihrem Job als Chef oder Kundenbetreuer. Zunächst: Sorgen Sie für eine Lösung und zwar für eine schnelle. Dann schauen Sie, ob Sie etwas verbockert haben und seien dann kulant. Gibt es ein Missverständnis, reden Sie über eine gemeinsame, wenn nötig auch finanzielle Lösung. Je mehr Service Sie bisher geboten haben und je enger inzwischen die Kundenbeziehung ist, desto leichter sind diese unangenehmen Gespräche und desto einfacher die Lösung.

5. Kundenbeziehung: Durch Zusatzleistung pflegen!

Die Beziehung zu Privatkunden und der Kontakt zu Firmen sind für jeden Betrieb ein wichtiger Erfolgsschlüssel. Denken Sie darüber nach, wie Sie die Kunden binden können, etwa über einen inhaltsreichen und unterhaltsamen Facebook-Auftritt oder ein Kundenmagazin. Wer wenn nicht Sie kann wertvolle Reinigungstipps geben? Können Sie dem Kunden das Leben oder seine Arbeit erleichtern? Halten Sie vor der Arbeit vor Ort Ausschau nach Möglichkeiten dazu. Kann der Kunde Sie weiterempfehlen oder kennt gar potenzielle Kunden? Sprechen Sie ihn darauf an. Haben Sie immer genügend Visitenkarten dabei oder auffällige, spannende Flyer. Service kostet Zeit und damit Geld. Aber ich rate Ihnen dazu, lieber vorher in eine gute Kundenbeziehung zu investieren, als hinterher mindestens genauso zeitintensiv versuchen zu müssen, den Auftrag zu erhalten. Rechtzeitiges und gezieltes Engagement für eine positive Kundenbeziehung ist effektiver. Weil Sie sich profilieren und damit Ihr Geschäft, Ihr Unternehmen fördern. Und es ist viel befriedigender, als den Feuerwehrmann zu spielen. Jens Gieseler | peter.hartmann@holzmann-medien.de Weitere kostenlose Vertriebstipps unter: <http://www.highway-to-sell.de/download-center>

IntelliTrail. Follow it.

Jetzt können Sie Ihre Flotte problemlos verwalten und die Produktivität nachhaltig steigern. Nutzen Sie TASKI IntelliTrail und verfolgen, kontrollieren und steuern Sie Ihre Flotte. Verfolgen Sie jede einzelne Maschine, um zu sehen, wo sie sich befindet, oder wo sie sich nicht befinden sollte, wann sie in Betrieb ist und wann nicht. Verfolgen Sie Warnmeldungen über notwendiges Aufladen, eventuelle Beschädigungen oder das Verlassen des Arbeitsbereichs. All diese wertvollen Informationen können Sie von Ihrem Arbeitsplatz aus sehen. Treffen Sie Ihre Entscheidungen auf echten Fakten und sparen sie bis zu 25 % der Betriebskosten für Ihre Maschinenflotte.



TASKI TASKI IntelliTrail
Knowing Today.
Ready for Tomorrow.



Sealed Air
Diversey Care

www.sealedair.com

© 2015 Sealed Air Corporation. All Rights Reserved. 36473 ch 09/15