Kunde und Kundenservice

Hintergründe

- Alle im Kunden-, Lieferantenverhältnis sollten sich über eine Sache bewusst sein: Man hat selbst nur deshalb einen sicheren Arbeitsplatz, weil es da draußen Kunden gibt, die bereit sind für die angebotenen Dienstleistungen und/oder Produkte Geld auszugeben
- Ja das gilt auch und immer mehr für den Verwaltungsapparat in Behörden und Overheadbereichen. Gestern waren sie alle relativ gut im Sattel gesessen, morgen im Zeitalter von KI und Robotik wird man ganz schnell alle die ersetzen, die durch die Maschine ersetzt werden können. Am Ende bleiben auch in diesen Bereichen nur die übrig, für die der Kunde bereit ist zu bezahlen oder anders gesprochen, wo der Mensch für den Kunden einen größeren Mehrwert hat als die Maschine

Die Basis

- wenn eine gekaufte Sache funktioniert bringt sie Spaß und kreiert Kundenzufriedenheit
- kommerzielle Anschaffungen, wenn sie funktionieren sind meistens wertschöpfend
- Falls es zu Fehlbestellungen, Fehlfunktionen oder generell zu Problemen kommt ist das erstmals unangenehm aber noch kein Beinbruch. Es wird erst dann zum Problem, wenn der Kunde keine oder ungenügende Unterstützung bekommt, die Unterstützung zu lange dauert oder im schlimmsten Fall der Kunde mit dem Problem komplett alleingelassen wird

Es ist weniger entscheidend was ein Gegenstand, eine Dienstleistung bei der Anschaffung gekostet hat, es ist viel entscheidender wie sich ein Kunde gefühlt hat, als die Anschaffung zu spät geliefert, defekt oder fehlerhaft wurde oder die Dienstleistung nicht zum gewünschten Ziel geführt hat und wie ihn der Hersteller, der Verkäufer oder der Dienstleister dann (nicht-) behandelt oder (nicht-) unterstützt hat.

Ob ein Kunde wieder kommt, hängt in erster Linie davon ab wie er sich in so einem Moment gefühlt hat und nicht vom Preis

Beispiele wie es nicht laufen sollte

- Der Klassiker ist, wenn ein (Internet-) Verkäufer bei einem Garantie- oder Gewährleistungsfall auf den Hersteller verweist und den Kunden im Regen stehen lässt – sorry NO GO
- In Behörden verweist man gerne auf eine Vielzahl von § und schickt den Kunden nach Hause – sorry NO GO. Braucht man sich nicht wundern, wenn die Kunden beim Bekanntwerden eines Stellenabbaus in den Behörden applaudieren

Kundenerwartung

Umso teurer eine Anschaffung ist, umso höher ist die gefühlte Erwartung des Käufers an den Kundenservice des Verkäufers, des Herstellers oder des Dienstleisters, unabhängig davon was in dem Kleingedruckten steht. Ich z.B. komme aus einer Branche, da redet man über Stückpreise von 20 Mio \$ aufwärts. Das heißt jeder auf Käuferseite hat den gedanklichen Anspruch auf Unterstützung 24 Stunden, 7 Tage die Woche egal was im Vertrag steht. Glauben sie mir, wenn sie so einen Kunden mit seinem Problem alleine lassen, dann kann das sehr unangenehm werden und wer will im schlimmsten Fall einen Kunden verlieren der bereit ist pro gekauftes Stück > 20 Mio \$ zu bezahlen; denke das ist selbstredend. Bei Dienstleistern und Behörden ist das oft noch nicht angekommen, man bezahlt horrende Gebühren und man bekommt fast nichts an Service und Leistung. Ganz schlimm bei Behörden, man muss neben den Steuern die man eh schon bezahlt hat auch noch Gebühren bezahlen und wird oft behandelt wie der der letzte Hanswurst

Kommunikation

Wenn sie während des Verkauf-, Garantie-, Reparaturprozesses irgendetwas versprochen haben, dann halten sie das auch. Sollte es aus irgendwelchen Gründen zu einer Änderung oder Verzögerung kommen, dann informieren sie den Kunden zum frühest möglichen Zeitpunkt darüber und geben sie ihm eine Begründung, die er auch verstehen und auch getrost weitergeben kann. Die Kunden sind oft sehr erfahren und wissen selbst was alles passieren kann, aber sie müssen auch planen können und deshalb brauchen sie die Information von ihnen

Die Kunden verlangen keine Wunder aber Kunden haben die berechnigte Erwartung, dass man mit ihnen spricht und sie ehrlich behandelt werden

Während eines Kundengesprächs, sagen sie dem Kunden am besten nie, was nicht geht oder geben sie ihm nie ein plattes NEIN. Wenn möglich erklären sie den Sachverhalt und bieten sie dem Kunden Alternativen an und geben sie ihm ein Preisschild für jede Alternative. Machen sie nie den Fehler für den Kunden die Entscheidung treffen zu wollen, lassen sie, wenn möglich immer den Kunden selbst entscheiden.

Zuhören

Wenn sie einen Kunden am Telefon haben oder via E-Mail kommunizieren, hören sie genau zu und sind sie sich sicher, dass sie den Kunden auch verstanden haben. Falls notwendig fragen sie nach! Gehen sie nie auseinander mit dem Gefühl, dass es noch offene, unklare Punkte gibt. Das Paradebeispiel dazu ist, es war nicht klar was gewollt war, sie werfen auf beiden Seiten die ganze Maschine an und nach zwei Wochen stellt sich heraus, komplette Themaverfehlung – Waterloo, nur Verlierer

Schadensbehebung, Problemlösung

Wenn es nicht möglich ist dem Kunden final zu helfen, da Dinge auf höherer Ebene erst geklärt werden müssen, dann versuchen sie dem Kunden temporär weiterzuhelfen; glauben sie mir er wird es ihnen für immer danken.

Wenn sie keinen entsprechenden kompetenten Kundenservice z.B. 24/7 zur Verfügung stellen können, dann ist eine Möglichkeit die Bereitstellung von hervorragenden **Technischen Daten** (Gebrauchsanweisungen, Fehlerlogiken etc.), Bereitstellung von **Foren** und **Fragen/Antwort Portalen** in denen der Kunde sich selbst helfen kann. Merken sie sich, wenn sie nur verkaufen wollen, ohne entsprechenden nachgeschalteten Kundenservice, wird sie der Kunde auch genau so sehen, als Wegwerfprodukt

Die dazugehörigen 10 Goldenen Regeln (die man nicht oft genug wiederholen kann)

1. Ein **Kunde** ist die wichtigste Person und muss als solche auch behandelt werden.
2. Ein **Kunde** ist nicht von uns abhängig. Wir sind auf ihn angewiesen.
3. Ein **Kunde** ist keine Unterbrechung unserer Arbeit, er ist der Ursprung derselben. Wir tun ihm keinen Gefallen, wenn wir ihm dienen; er gibt uns die Gelegenheit dazu.
4. Ein **Kunde** ist ein integraler und willkommener Teil unseres Geschäfts
5. Ein **Kunde** ist nicht nur eine kalte Statistik, ein Name auf einer Computerliste oder einem Hauptbuchblatt. Er ist eine Person mit Neigungen, Vorurteilen, Gefühlen und Emotionen wie jeder von uns
6. Ein **Kunde** ist weder jemand, mit dem man streiten kann, noch jemand, den man kritisieren kann. Niemand hat jemals einen Streit mit einem Kunden gewonnen.
7. Ein **Kunde** ist eine Person, die uns seine Ausrüstung und Anforderungen anvertraut. Es ist unsere Aufgabe, seine Anforderungen pünktlich und innerhalb des Budgets zu erfüllen.
8. Der **Kunde** erwartet, dass sein Vertrag mit einem Gewinn für ihn und für uns erfüllt wird.
9. Ein **Kunde** sollte so behandelt werden, wie wir selbst behandelt werden möchten, wenn wir Kunde sind
10. Ein **Kunde** erwartet Lösungen und nicht nur Erklärungen