

Gute Geschäfte durch gute Kundenbeziehungen

Wenn wir uns um unsere Kunden kümmern, kümmern sich die Kunden um uns. Kunden sind heute begehrt und wollen umworben werden. Wenn wir es nicht tun, tun es die Mitwettbewerber.

Es braucht sieben Mal weniger Aufwand, einen bestehenden Kunden zu halten, als einen neuen Kunden zu gewinnen. Die aktive Betreuung von Kunden lohnt sich also auch finanziell. Aktive Kundenbetreuung ist ein systematischer Prozess, der sowohl für Kunden als auch für das Unternehmen wertvoll und wichtig ist.

Wie wollen Kunden eigentlich betreut werden

Gute Kundenbeziehungen sind nicht gratis, aber mit persönlichem Engagement und motiviertem Einsatz können erstaunliche Ergebnisse erzielt werden. Kunden wollen richtig betreut werden – weder zu wenig noch zuviel und vor allem auch zum richtigen Zeitpunkt. Es ist ganz einfach – wenn ein Unternehmen Zeit für die Kunden hat, haben die Kunden Zeit für das Unternehmen. Untersuchungen über die Gründe, warum Kunden zur Konkurrenz gehen, zeigen – über alle Branchen hinweg – ein ähnliches Bild. Sieben von zehn Kunden, die wechseln, waren mit der Betreuung bzw. dem Service unzufrieden. Nur drei von zehn wechselten, weil sie ein besseres bzw. billigeres Angebot fanden.

Vom Wert langfristiger Kunden

Langjährige und treue Kunden sind für jedes Unternehmen sehr wichtig. Langjährige Kunden haben oft ein grosses Potenzial für Zusatzverkäufe (Cross-Selling und auch upselling). Im Weiteren sind sie

oft auch der Schlüssel (Referenzen) zu neuen Kunden.

Cross-selling und Up-selling

Cross-selling und Up-selling sind ausgezeichnete und wirksame Möglichkeiten, das Potenzial des Unternehmens im Markt auszuschöpfen. Cross-selling bedeutet zusätzliche Verkäufe aus dem Angebot des Unternehmens an Kunden. Upselling bedeutet Verkauf von einer teureren Variante des Produktes. Am besten kann das am Beispiel eines Hotels verdeutlicht werden. (Siehe Grafik Up-/Cross-selling) Die Frage nach zusätzlichen Kundenwünschen und das aktive Anbieten von Produktvarianten kann die Qualität der Beratung und der Kundenbeziehung enorm steigern. Systematisch und professionell vorbereitet und durchgeführt, wird der Kunde dadurch nicht belästigt, sondern er fühlt sich aufmerksam und persönlich betreut. Nach Expertenschätzungen gehen vielen Firmen 40 bis 50 Prozent des möglichen Umsatzes durch die Lappen – wegen Fehlern in der Kundenansprache.

Neukundengewinnung durch Weiterempfehlung

Der einfachste Weg zu neuen Kunden führt über bestehende Kunden. Fast 100 Prozent ist die Wahrscheinlichkeit, dass sehr zufriede-



Christian H. Fravi, geboren 1956 in Andeer, lic. oec.et iur. HSG, selbständiger Trainer und Berater seit 1990. Er trainiert und berät in Graubünden Hotels, Dienstleistungs- und Gewerbebetriebe in den Bereichen Kundenorientierung, Verkauf und Teambildung.
www.fravi-training.ch

ne Kunden zu besten Werbeträgern des Unternehmens werden. Neukunden durch Weiterempfehlungen sind treuer und lukrativer. Weiterempfehlung führt dazu, dass Neukunden eher bereit sind, mehrere Produkte bzw. Dienstleistungen bei einem Unternehmen zu kaufen.

Schlussfolgerungen

Langjährige und zufriedene Kunden, die uns weiterempfehlen, sind die Quelle des Erfolges. Leider fehlt im Alltag oft die Zeit für eine optimale aktive Kundenbetreuung. Eine Standortbestimmung in diesem Bereich führt oft zu überraschenden Erkenntnissen, und es lassen sich mit relativ kleinem Aufwand deutlich bessere Ergebnisse erzielen. Es braucht aber auch Zeit und Geduld und insbesondere eine längerfristige Perspektive.

