

Wie Firmen ihre Kunden unzufrieden oder zufrieden machen

## Das Geheimnis guter Kundenbeziehungen

Gute Beziehungen



→ Zufriedene Kunden

→ Loyale Kunden

### Warum der Wechselwille so wächst

Heute hat der Kunde mehr Macht als jemals zuvor. Falls er oder sie mit dem bisherigen Anbieter unzufrieden ist, wird innerhalb weniger Minuten zu einem neuen Anbieter gewechselt – oft reichen ein Anruf oder ein Online-Formular und ein Mausklick.

Viele Firmen beklagen diesen eklatanten Schwund der Kunden-Loyalität. Die Frage lautet: Wie kann man dem begegnen? Lassen Sie uns von erfolgreichen Firmen lernen, die wissen, wie es geht. Viele sind erst in den letzten 20 Jahren entstanden – wie Amazon, Airbnb, Uber – und machen bereits Milliarden-Umsätze.

### Offenes Erfolgsgeheimnis für treue Kunden

Diese Unternehmen haben verstanden, dass nicht Effizienz, Kostenreduktion oder Quartalsbilanzen, sondern gute Beziehungen zu den Kunden erfolgsentscheidend sind.

Der Management-Vordenker Bernard Cova drückte es treffend aus: "The Link is more important than the Thing". Die gute Beziehung zum potenziellen oder aktuellen Kunden ist das Geschäftsmodell. Relevant ist der **Customer Life Time Value (CLV)**, also der Umsatz oder die Empfehlungen, die der Kunde über die **gesamte** Beziehungsdauer generieren kann.

## **Lippenbekenntnis versus Realität**

Viele Firmen führen Begriffe wie "Customer Centricity" gerne auf den Lippen. Eine Studie mit der treffenden Überschrift "The Disconnected Customer" zeigte jedoch: Während 75% der Unternehmen sich selber für kundenorientiert halten, meinen dies nur 30% der Kunden (Quelle: Capgemini). Hier klaffen also Selbst- und Fremdbild weit auseinander.

## **Die richtige Strategie entwickeln**

Eine erfolgreiche Kundenbeziehung ist kein einmaliges punktuelles Ereignis, sondern vielmehr das Ergebnis eines langfristigen Prozesses, der entsprechende Ressourcen benötigt – wie Zeit, Budget, Informationstechnologie und vor allem motivierte, trainierte Mitarbeiter.

## **Konsequenzen des Nicht-Handelns**

Es gibt Geschäftsleitungen, welche die notwendigen Investitionen scheuen, um von konsequenter Kundenbindung zu profitieren. Die Folge: Die Kunden werden zu anderen Anbietern wechseln und so der Firma verlorengehen. Was Reisebüros, Maklern, sowie Auto- und Buchhändlern passiert, wird auch auf die Firmen unserer Branche zukommen.

## **Beziehung ist die "Ware" der Zukunft**

Amazon-Chef Jeff Bezos hat nach eigenem Bekunden das Ziel, sein Online-Handels-Imperium zum "kundenorientiertesten Unternehmen" der Welt zu machen. Dabei ist es ihm völlig egal, ob er Bücher, Elektronikartikel oder Lebensmittel verkauft. Er denkt langfristig – viele Initiativen zahlen sich erst nach 5 bis 7 Jahren aus.

## **Der leere Stuhl bei Amazon-Meetings**

*Bezos is famous for leaving an empty chair at the conference table for the most important person in the room – the customer.*

Sie brauchen keinen leeren Stuhl als gedanklichen Platzhalter für den Kunden in Ihren Konferenzraum zu stellen - aber bei Besprechungen sollte stets jemand die unbequeme Frage stellen: Wie wird unser Plan bei den Kunden ankommen?

## **Hürden im Dialog abbauen**

Viele digitale Anbieter zeigen, wie einfach die Kontakt-Aufnahme und der Dialog gemacht werden kann: Per Email, Kontakt-formular, Telefon – meist rund um die Uhr. Der Vorteil: Diese Maßnahmen sind relativ einfach etablierbar und wirkungsvoll.

## **Schnelligkeit als Erfolgsfaktor**

Wenn ein Kunde ein Unternehmen kontaktiert hat, erwartet er eine schnelle Reaktion – die zunächst in der Bestätigung der Anfrage liegen kann. Heute sollten innerhalb von wenigen Arbeitstagen die meisten Kundenanliegen geklärt sein und der Kunde über die Lösung informiert werden – zusammen mit den Namen des Ansprechpartners für den Fall von Rückfragen.

## **Wie man Vertrauen aufbaut – und wie nicht**

Dies schafft man, wenn man sich verlässlich, zuverlässig und pünktlich zeigt – klingt einfach, ist es aber nicht. Als "Beziehungsgift" wirken langwierige Prozesse, das Verschieben von Verantwortung und fehlende Kulanz. Die Weigerung der Autohersteller, für manipulierte Dieselfahrzeuge in Europa geradezustehen, ist hier ein abschreckendes Beispiel.

## **Vier Tipps für bessere Beziehungen**

- 1) Sorgen Sie mit dafür, dass Ihre Firma für den Kunden sichtbar, präsent und erreichbar ist. Ein Beispiel: Ihre Webseite muss [suchmaschinenoptimiert](#) » sein, so dass Ihre Interessenten und Kunden Sie leicht im Netz finden können.
- 2) Gewährleisten Sie, dass jeder Kontaktpunkt mit Ihrem Unternehmen vom Kunden als ein angenehmes, positives Erlebnis empfunden wird: Jedes Telefonat, jede Email, jedes persönliche Gespräch sollte Wertschätzung vermitteln.

3) Holen Sie Feedback ein. Eine gute Frage ist beispielsweise "Was könnten wir noch ein bisschen besser machen?" Die Antworten bringen Ihnen oft überraschende Einsichten.

4) Bleiben Sie mit Kunden im Dialog, indem Sie regelmäßig hilfreichen Content anbieten – beispielsweise durch das Organisieren von Meetings oder in Form von [Text »](#), [Podcast »](#) oder [Video »](#).

### **Was werden Sie nun konkret tun?**

Sie entscheiden, inwieweit die obigen Empfehlungen Sie dabei unterstützen, Ihre Kundenbeziehungen noch besser zu pflegen.

### **Audio und Video auf:**

<https://www.umbachpartner.com/de/das-geheimnis-guter-kundenbeziehungen>

### **Newsletter gratis beziehen:**

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>