

Checkliste

„Vier Schritte für Kundenbegeisterung“

Zufriedene Kunden sind noch lange keine treuen Kunden. Kunden, die begeistert sind, haben eine hohe Loyalität und sind aktive Empfehler. Neben der Fachkompetenz führen eine Reihe von emotionalen Faktoren zu Begeisterung. Sowohl der einleitende und abschließende Eindruck als auch die laufenden Begegnungen mit den Mitarbeitern, mit der angebotenen Dienstleistung bzw. dem Produkt sowie mit der Marke bestimmen unser abschließendes Urteil.

Die Checkliste zeigt, welche vier Aspekte unser Urteil beeinflussen.

1 **Sprechen Sie Unerfreuliches möglichst früh an?**

Wie der Volksmund sagt: „Es bedarf fünf positiver Erlebnisse um ein negatives auszugleichen.“

Um eine positive Kundenbeziehung zu gestalten, sollten Sie daher Unerfreuliches möglichst früh im Kommunikationsprozess ansprechen, damit nicht alle weiteren Begegnungen hiervon überschattet werden. Ihr Kunde sollte in den Lösungsprozess mit einbezogen werden, dass erhöht das kundenseitige Verständnis und die Bindung zu Ihnen. Für einen professionellen Eindruck sollten Sie dabei bereichsübergreifend alle Aktionen, die mit dem (potenziellen) Kunden in Verbindung stehen, im Blick haben. Nicht, dass der Auftragsabschluss oder das Folgegeschäft nicht zustande kommt, da der Kunde seine Reklamation oder Anfragen unbeachtet glaubt.

2 **Schaffen Sie aktiv Positiv-Erlebnisse in der Kundenbeziehung?**

Während Unangenehmes möglichst in einem Schub besprochen wird, verteilen Sie Positives über das gesamte Kundenerlebnis. So erfreuen Sie Ihren Interessenten bzw. Kunden immer wieder und bereiten ihm die Lust auf mehr. Vor allem zu Beginn und zum Ende eines Kauf- bzw. Geschäftsprozesses wird etwas Angenehmes gesetzt. Denn insbesondere der abschließende Eindruck bleibt lange in Erinnerung und bestimmt, in wie weit Sie z.B. weiter empfohlen werden. Beispielsweise senden Sie anstatt der Rechnung als abschließender Kommunikation eine Dankeskarte.

3 Gestalten Sie Abläufe einfach?

Ihre Kunden freuen sich über vorhersehbare und damit kalkulierbare Vorgänge: etwa einer Bestätigungs-Mail mit allen wichtigen Daten nach der Terminvereinbarung, oder einer kurzen Zusammenfassung der Gesprächsinhalte und Informationen zum weiteren Vorgehen nach dem Termin. Dies schafft Vertrauen und steigert die Kundentreue. Ritualisierte Abläufe und Wiederholungen sparen Ihnen und Ihren Mitarbeitern zudem wertvolle Zeit.

Eine weitere Komponente für einfache Abläufe ist die gezielte Reduktion. Denn wer kennt das nicht? Die Qual der Wahl, die letztlich dazu führt, dass man sich gar nicht entscheidet. Sie steigern Ihre Erfolge, indem Sie dem Kunden maximal drei bis fünf Immobilienangebote bieten, die aus Kundensicht am Interessantesten erscheinen. Eine entsprechende Bedarfsanalyse im Vorfeld ist selbstredend dabei eine große Unterstützung. Ihre Abschlussraten erhöhen sich und der Kunde erinnert sich positiv an eine effiziente sowie zielführende Geschäftsbeziehung.

4 Wie offen sind Sie zu Ihren Kunden?

Wie sagt ein bekannter Slogan? „Du darfst zwar alles essen, aber musst nicht alles wissen“. Keiner von uns wird gerne abgespeist und blindes Vertrauen ruft meist Unbehagen hervor.

Ihre Kundenbeziehung intensivieren Sie, indem Sie eine offene Kommunikation pflegen. Ihre Auskünfte, warum etwas gut oder unerwartet läuft, über den Umgang mit einer Beschwerde oder einem Wunsch werden von Ihren Kunden mit Interesse aufgenommen. Das schafft Vertrauen und fördert die Kundentreue. Ein zusätzlicher Vorteil ist, dass Sie durch den Wissensaustausch wertvolle Informationen etwa zur Optimierung Ihres Angebots oder über neue im Markt entstehende Chancen erhalten.