

Fast wie im Film **Mit inszenierten Erlebnissen Kunden verblüffen**

von Ralf R. Strupat, ServiceTrainment, Bielefeld *

Wer mit seinen Produkten oder Dienstleistungen nicht wie jeder sein will, der muss mehr bieten..., anders sein...! Dazu braucht es nicht immer aufwendige und teure Kampagnen. Es sind gerade die Kleinigkeiten, mit denen sich Kunden (gerne) überraschen lassen. Das fängt bei der richtigen Begrüßung des Kunden an und hört mit der möglichst persönlichen Verabschiedung auf. Bis ins kleinste Detail ist alles für den Kunden inszeniert.

Ein positiv überraschter Kunde ist nicht mehr „nur“ zufrieden, er ist begeistert. Ein kleiner aber feiner Unterschied, denn zufriedene Kunden wechseln schon mal den Anbieter, begeisterte Kunden jedoch sind in der Regel dauerhaft treu. Spricht man mittelständische Unternehmer auf das Thema Kunden-Begeisterung an, hört man vielfach: „Wissen Sie eigentlich, was ich alles erledigen muss, für was ich die Verantwortung trage? Ich kümmere mich um den Verkauf, die Finanzen, das Marketing, das Personal, die Logistik und so weiter und so weiter ... Und dann soll ich mich auch noch um die Kunden-Begeisterung kümmern – auch das noch ... dafür habe ich doch meine Mitarbeiter.“ Aber, wenn der Chef schon mit einem langen Gesicht durch das Unternehmen geht, wie soll dann ein Funke der Begeisterung überspringen? Wenn der Chef sich permanent überfordert fühlt, wie soll dann ein Mitarbeiter ein offenes Ohr, oder auch nur etwas Gespür für die Bedürfnisse des Kunden haben? Kunden-Begeisterung entsteht eben nicht erst in jenem Moment, wenn ein Kunde das Geschäft betritt, sondern ist entweder ein Teil der Unternehmensphilosophie, oder bereits von Anfang an zum Scheitern verurteilt.

Produkte und Dienstleistungen gleichen wie ein Ei dem anderen und Kunden kaufen nur noch über den Preis. Geiz ist geil - mit der Folge: Wer Preise sät – wird rote Zahlen ernten! Wir leiden unter dem Gleichheitssyndrom: Wer die Zukunft nicht nur in den Griff bekommen, sondern glücklich gestalten will, der muss satte Verbraucher hungrig machen und den Faszinationsgrad seines Unternehmens steigern. Denn wohlstandsgesättigte Menschen, die nur kaufen

möchten und nicht kaufen müssen, wollen fasziniert sein, ja begeistert werden von einer Sache. Sie brauchen besondere Reize. Wie oder mit was kann man Kunden am besten faszinieren? Manche tun sich mit der Ideenfindung recht schwer. Dabei liegt das Einfache so nah. Hausmessen oder Betriebsführungen laufen doch immer nach dem gleichen Schema ab und das Ergebnis zeigt sich in rückläufigen Besucherzahlen. In diesen Veranstaltungen schlummern noch so viele ungenutzte Potentiale.

Von der Idee zum Drehbuch

Die jährliche Hausmesse für die Kunden wird meist wie immer gestaltet und durchgeführt. Nicht besonders spannend und für viele eine Quälerei. Ein paar nette Angebote, etwas Leckeres zum Essen und Trinken und mehr nicht. Aber damit begeistert man wirklich keinen Kunden. Wie kann so ein Tag für die Kunden unvergesslich bleiben? Nichts ist dem Zufall zu überlassen. Alles, aber auch jede Kleinigkeit ist zu planen. Genau wie in einem Drehbuch wird jede Kleinigkeit bis ins letzte Detail inszeniert. Wie im Film versucht man bestimmte Handlungen in Szene zu setzen. Um ein solches Drehbuch zu schreiben, braucht man kein Profi der Filmbranche zu sein, etwas schöpferisches Talent reicht völlig aus, um eine „wie immer Hausmesse“ in ein unvergessliches Erlebnis zu verwandeln.

Zirkeltraining als Betriebsführung

Ähnlich wie bei Hausmessen, sieht es bei der Betriebsführung aus. In der Regel läuft z.B. der Betriebsleiter oder eine andere kompetente Person vornan und die Teilnehmer folgen brav durch die Hallen. Da kann es schon passieren, dass die hinteren Personen nicht alles von den Erzählungen mitbekommen und hoffen, dass Sie bald in die Cafeteria geführt werden. Mit einem Zirkeltraining lässt sich ein solcher Rundgang viel lebendiger gestalten. Dazu baut man einen kleinen Parcours auf und an vier bis fünf Stationen können die Teilnehmer der Betriebsbesichtigung selbst erleben, mit welchem Aufwand in den Hallen gefertigt wird. Zum Schluss bekommt jeder, je nach Möglichkeit, sein selbst hergestelltes Produkt. So wird eine Betriebsbesichtigung zu einem Erlebnis der Sinne.

Immer anders als die Anderen gibt Unternehmen den Vorsprung, den Sie brauchen. Durch Verblüffen und Überraschen bleibt das Unternehmen fest in den Köpfen

der Kunden. Wer das schafft, bei dem spielt auch der Preis nicht immer die ausschlaggebende Rolle.

Weitere Informationen erhalten Sie bei
ServiceTrainment, Ralf R. Strupat, Rathausstraße 13,
33602 Bielefeld, fon (05 21) 32 99 500, fax (05 21) 32 99
505, www.begeisterung.de, mehr@begeisterung.de.

* Ralf R. Strupat, „Mr. Kundenbegeisterung“ begleitet mit seiner Full-Service-Agentur für Kundenbegeisterung Unternehmen aller Couleur auf dem Weg, schnell und unkompliziert eine neue Service-Qualität zu etablieren. Dabei sieht er die Chef-Mitarbeiter-Kunden-Begeisterung als ganzheitlichen Ansatz – mit dem Ziel, dass Unternehmen sich von der Masse abheben und zum Kundensog kommen.