

bicini - Vorausdenken für die Gegenwart

"Customer-Satisfaction"

- Ein Brettspiel zur besseren Kundenorientierung –

„Die Mitarbeiter gewinnen einen Überblick über die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden und tauschen ihr Wissen und ihre Erfahrungen im Praxisteil aus“

Inhalt

1. Hintergrund für die Spielentwicklung
2. Ziel des Spiels
3. Wie funktioniert das Spiel "Customer-Satisfaction"?
4. Welchen Nutzen bringt das Spiel?
5. Spielfeld
6. weitere Infos

1. Hintergrund für die Spielentwicklung

Unternehmen differenzieren sich immer weniger über den Preis und die Qualität sondern vielmehr über die Art und Weise wie Sie mit dem Kunden umgehen.

Das Problem hierbei:

In der Vergangenheit war vorwiegend der Vertrieb für den Kunden verantwortlich und die zunehmende Spezialisierung hat viele Abteilungen von dem Kundenthema entfernt.

Um eine Unternehmensweite und optimale Kundenorientierung zu erreichen ist eine ganzheitliche Kundenorientierung erforderlich.

Letztendlich sind fast alle Abteilungen bzw. Mitarbeiter in den Kundenorientierungsprozess integriert.

Je besser das Verständnis des Einzelnen für den Kunden ist (der auch sein Gehalt bezahlt), desto stärker nimmt die Kundenorientierung im Unternehmen zu.

Dies ist eine wichtige Voraussetzung, um sich von der Konkurrenz zu differenzieren.

2. Ziel des Spiels

Die Zusammenhänge zwischen Kunden und Unternehmen besser zu verstehen und das Gelernte in der Praxis einzusetzen um so mehr Kundenorientierung zu gewinnen.

3. Wie funktioniert das Spiel "Customer-Satisfaction"?

Im bicini-Brettspiel "Customer-Satisfaction" werden im Theorieteil wichtige Lerninhalte zu den Themen Kundeninfos, -bedürfnisse und -service vermittelt. Der Praxisteil dient dem Erfahrungsaustausch und der Sammlung von Vorschlägen und Ideen zu dem Thema Kundenorientierung. Darüber hinaus ist ein Commitment-Teil integriert der Aufgaben enthält, die von den Mitspielern innerhalb einer Woche nach dem Spiel gelöst und präsentiert werden

Im Theorieteil finden sich vier Kartenstapel:

- Kartenstapel "Kundeninfos":

Die Karten beinhalten Fragen zu dem Stellenwert und Art der Informationen zwischen Kunden und Unternehmen

z.B.: "Welche Kundeninformationen sind für ein Unternehmen besonders wichtig? "

- Kartenstapel "Kundenbedürfnisse":

Thematisiert werden das Erkennen und Beachten von Kundenbedürfnissen

z.B.: "Was sind drei wesentliche Bausteine der Kundenzufriedenheit?"

- Kartenstapel "Kundenservice"

In diesem Kartenstapel wird der Kundenservice in den Mittelpunkt gestellt:
z.B.: Welchen Service erwartet ein Kunde?

- Kartenstapel "Bonus":

In diesem Kartenstapel befinden sich die richtigen Antworten zu den Fragen die im Theorieteil gestellt werden. Im Spielverlauf besteht die Möglichkeit diese Karten bzw. Informationen untereinander zu tauschen.

Der Praxisteil enthält drei Kartenstapel:

- Kartenstapel "Erfahrungen"

Die Mitspieler tauschen Ihre Erfahrungen und Meinungen zu dem Thema Kundenorientierung in der Praxis aus.

- Kartenstapel "Vorschläge"

Ausgehend von der Zielsetzung, die Kundenorientierung im Unternehmen zu verbessern, entwickeln die Mitarbeiter Lösungsvorschläge und Ideen.

- Kartenstapel "Commitment"

Der Kartenstapel "Commitment" enthält praxisnahe Aufgaben, die innerhalb einer Woche NACH dem Spiel gelöst werden müssen. Am Ende der Woche setzen sich die Mitspieler zusammen und stellen sich die Lösungen gegenseitig vor.

Die Commitmentkarten enthalten Aufgaben aus allen relevanten Kundenthemen:

z.B. Aufgaben zum Kundenverständnis: „Fragen Sie einen Techniker was er unter Kundenorientierung versteht!“ oder Aufgaben zum Thema Kundenkontakt: „Rufen Sie einen Kunden an und erfragen Verbesserungsvorschläge, bzw. wie zufrieden er mit dem Produkt ist!“.

Jeder Mitspieler wählt maximal drei Aktionskarten während des Spielverlaufs aus.

Dies hat den Vorteil, dass jeder Mitspieler die gleiche Anzahl von Aktionen ausführen muss und gleichzeitig jedoch nach seinen Fähigkeiten und Neigungen auswählen kann (z.b. Kommunikationsaufgabe oder Verbesserungsvorschlag).

Der Praxisteil bezieht sich in der Regel auf den Theorieteil, um die Lerninhalte nachhaltig zu verinnerlichen.

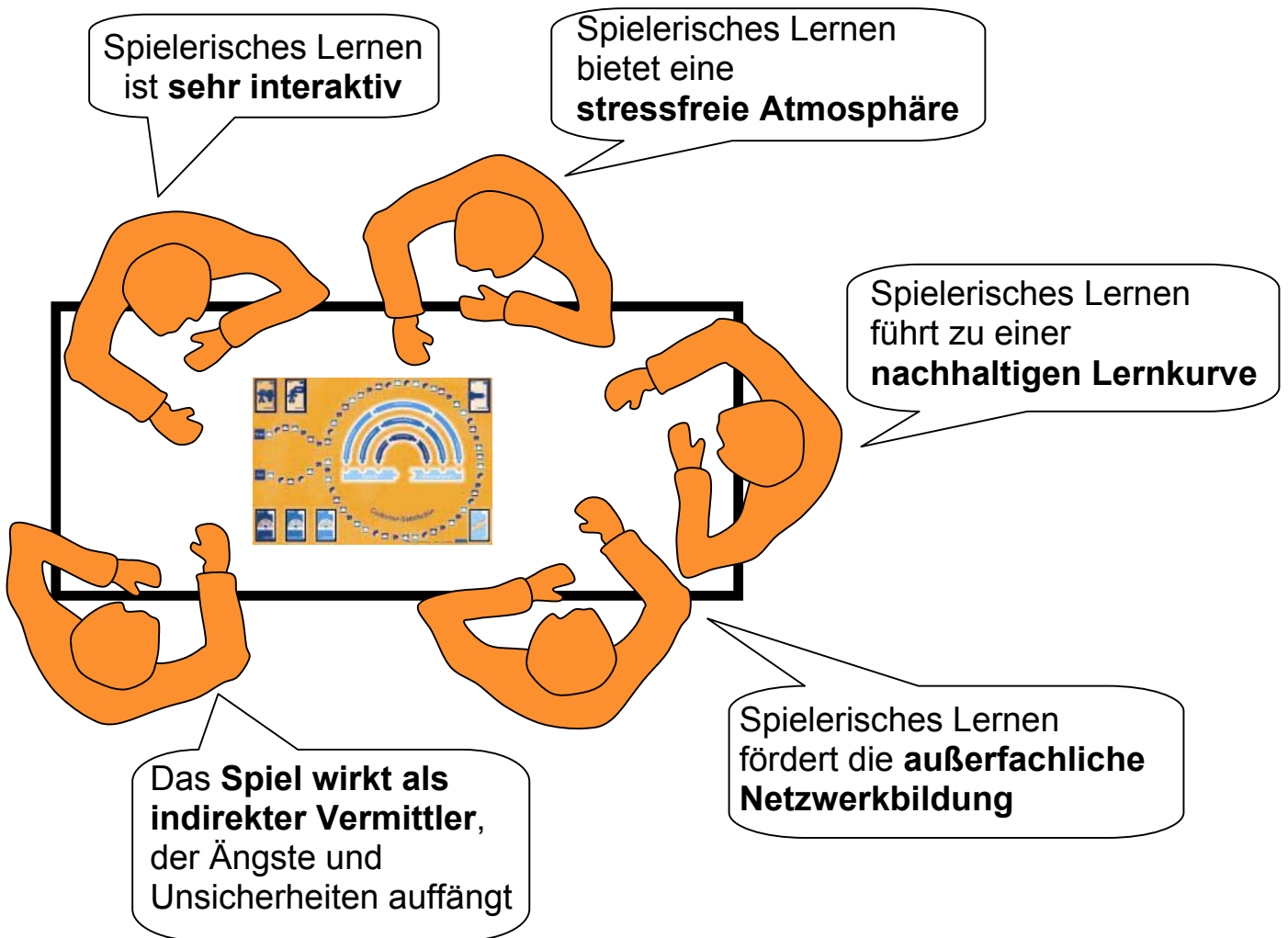
Spielfeldgrafik: Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen Kunde und Unternehmen

Die Grafik besteht aus mehreren Puzzlesteinen wovon zwei den Kunden und das Unternehmen darstellen. Die Verbindung zwischen Kunde und Unternehmen wird durch die restlichen drei Puzzlesteine hergestellt.: Die Kundeninfos, die Kundenbedürfnisse und der Kundenservice. Die Visualisierung stellt die gegenseitigen Abhängigkeiten dar und erleichtert ein ganzheitliches Kundenverständnis.

Durch die permanente Sicht auf die Grafik während des Spiels werden die Inhalte verankert.

4. Welchen Nutzen bringt das Spiel?

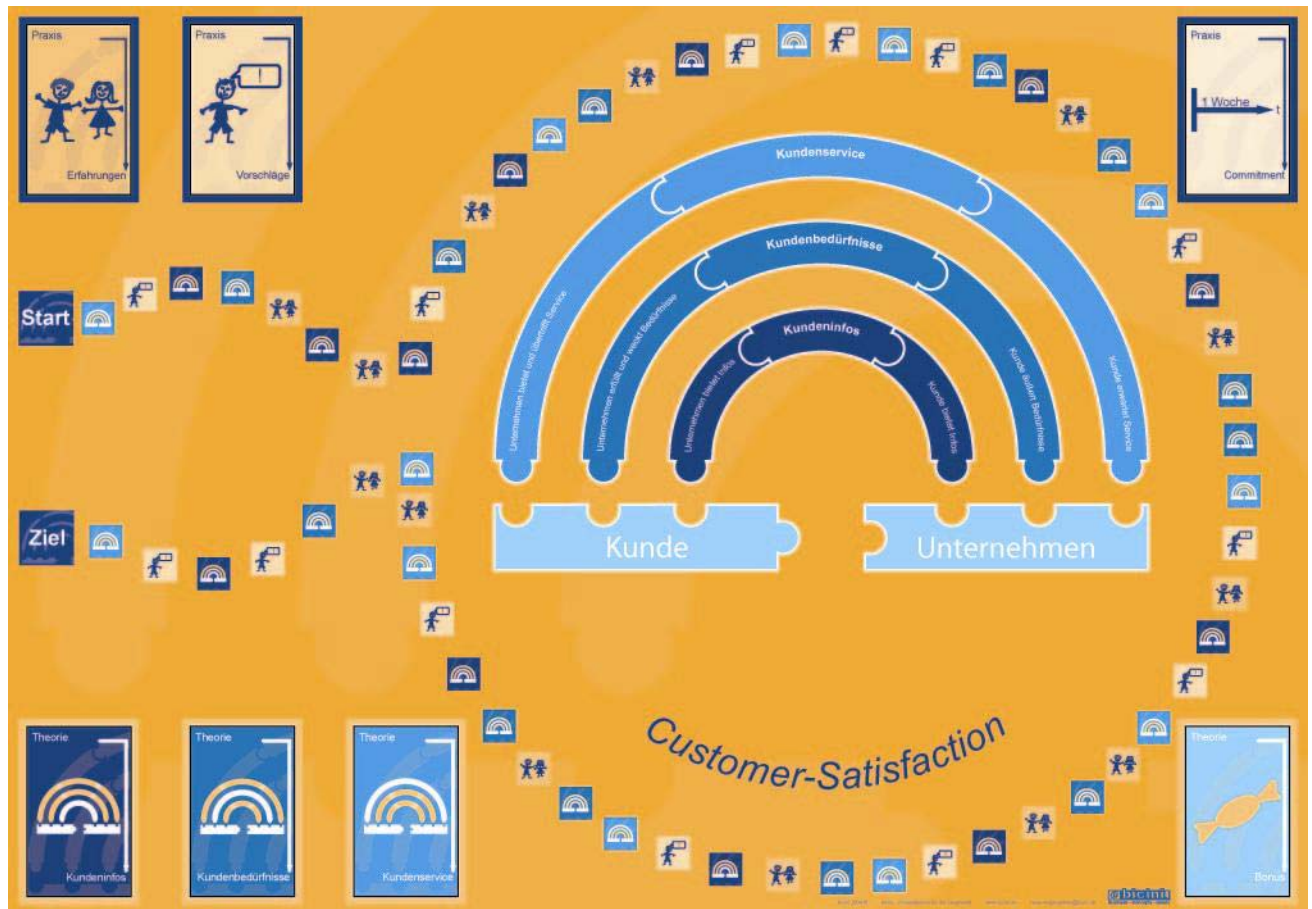
Allgemein:



Speziell:

- Die Mitarbeiter erhalten eine Übersicht über das Thema Kundenorientierung
- Das Gelernte wird im Unternehmen gezielt weitergegeben
- Die Mitarbeiter tauschen Ihr Know-how und Ihre Erfahrungen aus
- Die Mitarbeiter werden für das Thema Kundenorientierung sensibilisiert
- Der Status im Unternehmen zum Thema Kundenorientierung wird festgestellt

5. Spielfeld



6. weitere Infos

Das Spiel ist für 4-6 Mitspieler konzipiert und dauert ca. eine Stunde.

Optional besteht die Möglichkeit das Spiel hinsichtlich der Grafik und des Inhaltes auf das Unternehmen anzupassen.

Bei weiteren Fragen rufen Sie uns an (08121-429743) oder senden eine mail:
<mailto:brettspiel-customer-satisfact@bicini.de>