



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V.

**s c i**

sales consultancy international





# Begeisterung: Warum eigentlich?



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.

**sci**

sales consultancy international



## Einzigartigkeit ist gefragt



**Produkte und Serviceleistungen werden immer ähnlicher und gleichen sich wie ein Ei dem anderen. Nur Unternehmen, die es schaffen, ihre Kunden zu begeistern, verbessern ihre Marktposition. Aber Kundenbegeisterung ist keine Frage von billigen Kniffs und Tricks, sondern eine der Unternehmens- und Mitarbeiterführung. Denn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen die Begeisterung nach außen tragen, ganz egal, ob am Telefon oder bei Kundenevents.**

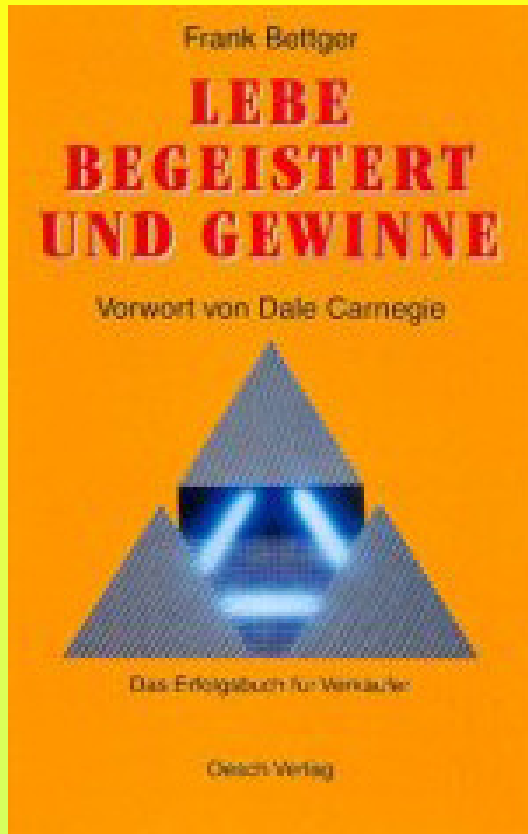




**Dale Carnegie:**

**"Ehrliche, herzliche Begeisterung ist einer der wirksamsten Erfolgsfaktoren."**





Frank Bettger ist in den USA zur Legende geworden. Seine Karriere mutet abenteuerlich und typisch amerikanisch an:

Halbweise mit fünf,

Zeitungsverkäufer mit elf,


Gehilfe eines Installateurs mit vierzehn Jahren.

Danach wurde er professioneller Baseballspieler.

Nach einer Armverletzung, die Ihm seinen Sport nicht mehr ausüben lies, war er in verschiedenen Jobs tätig ohne jeden Erfolg, bis er seine Berufung als Verkäufer entdeckte.

Bald wurde er zum **erfolgreichsten Verkäufer ganz Amerikas**. Seine Bücher haben in Amerika, Deutschland und in der Schweiz, ganze Verkäufergenerationen geprägt.





Hub Stevens:  
Nach dem Spiel gegen  
Bielefeld: „Wir haben  
deshalb 2 Punkte verschenkt,  
weil wir in der 1. Halbzeit ohne  
Begeisterung gespielt haben.“



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V.

**sci**

sales consultancy international



**Begeisterung ist eine Emotion, die von innen nach außen dringt, von der man erfüllt sein muß. Nur die wahre Begeisterung ist der Ursprung allen Erfolges**

**Begeisterung hilft Ihnen, Ihre Ziele zu erreichen, macht Sie anziehend, läßt keine Langeweile im Leben aufkommen!**

**Begeisterung hilft Depressionen überwinden, Wünsche zu verwirklichen, Hindernisse zu bezwingen! Sie erregt Aufmerksamkeit, motiviert zur Aktivität**

**Begeisterung ist ein Motivator, der nichts kostet und dennoch unbezahlbar ist**

**Ohne Begeisterung leben Sie nicht, Sie haben sich nur aufgehalten im Leben**

**Begeisterung verursacht automatisch Überzeugung! Begeisterung verwandelt das Negative. Begeisterung führt Sie ans Ziel Ihrer Pläne!**

**Begeisterung regt die Menschen zum Handeln an, Begeisterung hilft Vorurteile zu überwinden.**

**Begeisterung aktiviert, überwindet Trägheit!**

**Begeisterung kann ungeahnte Kräfte in uns freilegen, unerwartete Leistungen können vollbracht werden. Es wird keine unüberwindbaren Hindernisse auf Ihrem Weg zum Erfolg geben!**

**Begeisterung erweckt neue Begeisterung und Zuversicht! Selbst in jedem Mißerfolg liegt schon der Samen für den nächsten Erfolg!**



Wer selbst begeistert ist, regt andere zum Handeln an. Begeisterung macht Sie anziehend für andere, verleiht Ihnen überzeugende Kräfte und eine positive Ausstrahlung.

**Mit Begeisterung können Sie die Gedanken und Gefühle anderer Menschen beeinflussen und lenken, ohne ihnen weh zu tun. Begeisterung hilft Ihnen, Ihre eigenen Ziele zu erreichen!**





Der erfolgreiche Unternehmer (Verkäufer) freut sich über.....

- den Umgang mit den verschiedensten Kunden an den unterschiedlichsten Schauplätzen;
- die Notwendigkeit, sich auf Menschen und Situationen immer wieder neu einstellen zu müssen;
- die ständig neue Herausforderung, auch den schwierigsten Kunden mit seiner eigenen Begeisterung zu überzeugen;
- das Gefühl des Triumphes, wenn diese Herausforderung dank der eigenen Fähigkeiten zu einem erfolgreichen Abschluss geführt hat.



**In dem Maße, wie Sie Feuer fangen und vom Erfolg beflügelt werden, ergibt sich von selbst, dass Sie immer schneller voranschreiten.**

**Nichts erzeugt mehr Erfolg als der vorangegangene Erfolg. Die Begeisterung, die Sie erwerben und auf andere Menschen ausstrahlen, wird tausendfach zu Ihnen zurückkehren und Sie erneut stärken und beflügeln.**





**Erfolgreich Verkaufen heißt:  
Begeistern und überzeugen**



1. Schritt: **Gefühl**

Hier gewinnen Sie Sympathie, Wohlwollen und Vertrauen des Kunden durch Kompetenz.

2. Schritt: **Verstand**

Hier folgt ein reines Fachgespräch mit Zahlen, Daten, Fakten.

3. Schritt: **Gefühl**

Hier in der Abschlussphase wird erneut das Gefühl angesprochen, werden unter anderem Kaufwünsche geweckt.





**Bleiben Sie dran!**



**Und schließen Sie ab!**

**Nichts ist so teuer wie ein verlorener Auftrag!**





Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.





**... und damit zu besseren Ergebnissen!**



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V.



# Trotz mancher Fortschritte in unserer Dienstleistungsmentalität ist immer noch häufig festzustellen:

Das war im Jahre 1995 – hat sich unsere Dienstleistungsmentalität (Dienen und Leisten) seither wesentlich verändert?  
**Maschinen werden in Deutschland mit glänzenden Augen bedient, aber Menschen nur mit langen Gesichtern.**

Der frühere Bundeswirtschaftsminister Günter Rexrodt





## Was ist ein Kunde?

Ein Kunde.....

....hängt nicht von uns  
sondern wir von ihm.

....ist jemand, der uns  
seine Wünsche bringt.  
Unsere Aufgabe ist es,  
diese Wünsche gewinn-  
bringend für ihn und uns  
zu erfüllen.

....ist nicht jemand,  
mit dem man ein Streit-  
gespräch führt oder  
seinen Intellekt misst.  
Es gibt niemand, der je  
einen Streit mit einem  
Kunden gewonnen hat.



.... ist die wichtigste Person  
in unserem Unternehmen,  
gleich, ob er persönlich da ist  
oder schreibt oder telefoniert.

....ist keine Unterbrechung  
unserer Arbeit, sondern ihr  
Sinn und Zweck.

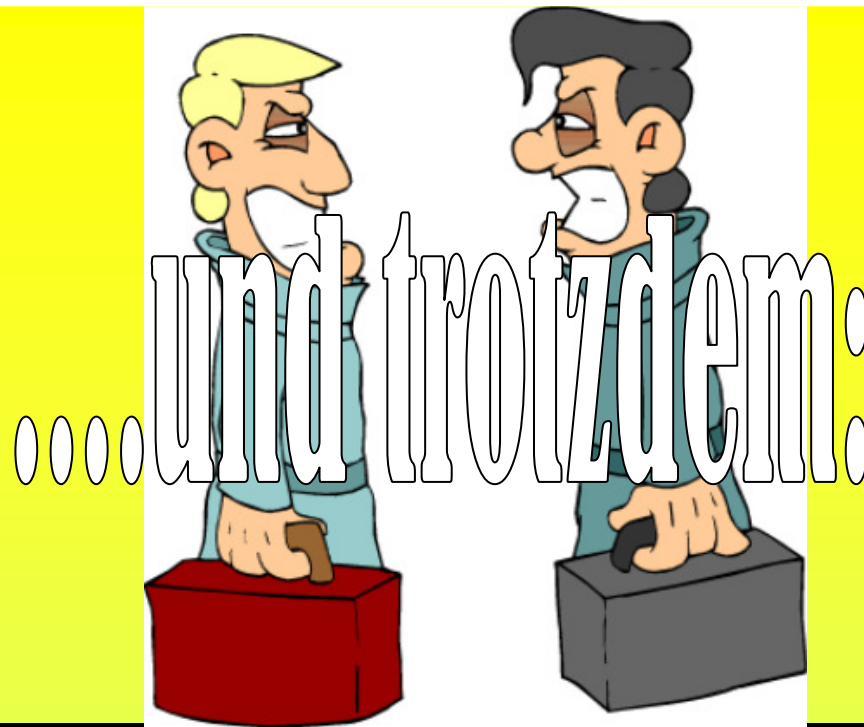
...ist keine kalte Statistik,  
sondern ein Mensch aus  
Fleisch und Blut, mit  
Vorurteilen und Irrtümern  
behaftet.

....ist kein ,Außenstehender,  
sondern ein lebendiger Teil  
unseres Geschäftes. Wir tun  
ihm keinen Gefallen, indem  
wir ihn bedienen, sondern er  
tut uns einen Gefallen, wenn  
er uns Gelegenheit gibt, es  
zu tun.



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V.





„Der Kunde ist König, aber die Monarchie wurde bekanntlich abgeschafft.“

„Der Kunde steht im Mittelpunkt – und damit allem im Wege.“

„Alle Kunden sind gleich – mir jedenfalls.“

„Kunde droht mit Auftrag.“

„Bei uns wird Kundenfreundlichkeit groß geschrieben. Wir schätzen nämlich, wenn unsere Kunden freundlich sind.“

# Kundenorientierung

Gedankliche Einordnung und Interpretation



**Kundenorientierung  
ist der strategische und operative Weg  
zu mehr Kundenzufriedenheit  
und Kundenloyalität!**



# Die strategischen Faktoren des Unternehmenserfolgs



## Ausgangssituation: Die Kunden-Anfrage

Der Kunde hat einen Wunsch, den er mit unserer Hilfe erfüllen möchte.



**Das kundenorientierte Unternehmen, sprich das erfolgsorientierte Unternehmen unserer Zeit, versteht sich als**

**Dienstleister des Kunden**

**Das bedeutet, Ausgangsbasis für alle anderen strategischen Erfolgsfaktoren sind**

**Die Erwartungen des Kunden.**



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V.

**sci**  
sales consultancy international



**Kundenorientierung  
darf sich nicht in Appellen erschöpfen!**

**Kundenorientierung  
muß einen Veränderungsprozeß auslösen,  
der zu verbesserten Wettbewerbs-  
verhältnissen und zu höheren  
Unternehmensgewinnen führt!**



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V.

**sci**

sales consultancy international



**Kundenorientierung bedeutet:  
Alle Entwicklungen und Leistungen  
des Unternehmens  
an den Kundenbedürfnissen auszurichten,  
dabei Vorsprung zum Wettbewerb  
zu erringen und die Gewinne  
des Unternehmens  
ständig zu verbessern!**



# Zentrale Aspekte der Servicequalität der Wirtschaft

<b>Verlässlichkeit (Reliability)</b> (Zuverlässigkeit, Sorgfalt, Kontinuität)	<b>32 %</b>
<b>Entgegenkommen (Responsiveness)</b> (Schnelligkeit, Gewilltheit, Flexibilität)	<b>22 %</b>
<b>Souveränität</b> (Ehrlichkeit, Höflichkeit, Kompetenz)	<b>19 %</b>
<b>Einfühlungsvermögen (Empathy)</b> (Verständnis, Kommunikation, Erreichbarkeit)	<b>16 %</b>
<b>Positives (materielles) Umfeld (Tangibles)</b> (Erscheinungsbild von Gebäuden, Geschäftsräumen, techn. Hilfsmitteln, Personen)	<b>11 %</b>





## **Gründe, warum der Kunde im Gefüge des Unternehmens oft verloren geht:**

**Interne Prioritäten: die Mitarbeiter sind mit sich selbst beschäftigt**

**Selbstzufriedenheit/Arroganz**

**Das Top Management erscheint als Kunde, den man zufrieden stellen will**

**Die Kundenorientierung wird ausschließlich als Aufgabe der Verkaufs- und Serviceleute betrachtet**

**Kundenorientierung wird mit dramatischen Rettungsaktionen verwechselt**

**Der Kunde muss auf das Ergebnis interner Macht- und Positionskämpfe warten**

**Die Mitarbeiter sind unzufrieden**

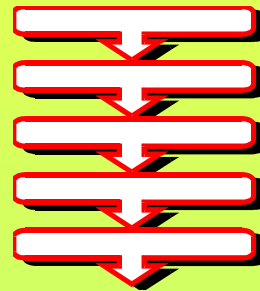
**Die meisten Mitarbeiter – ausgenommen der Außendienst – kennen den/die Kunden nicht.**

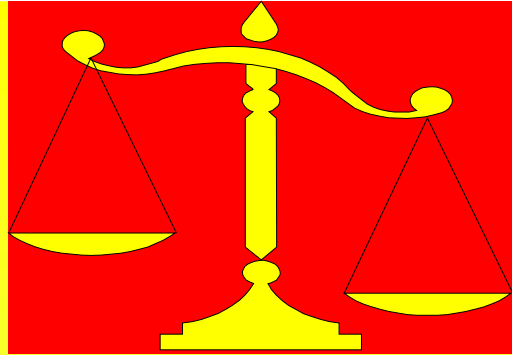


# Kundenorientierung

Ausrichtung des Unternehmens:

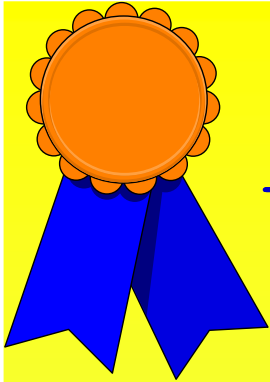
**Aufbauend auf bereits vorhandenen positiven Elementen der Kundenorientierung, werden alle Entwicklungsmaßnahmen im Unternehmen an folgenden Fragen ausgerichtet:**





- **Wie sollen unsere Kunden uns sehen und erleben?**
- **Wie sehen und erleben uns unsere Kunden?**
- **Wie sehen und erleben wir uns selbst?**
- **Welche Differenzen müssen abgebaut werden?**
- **Womit beginnen wir den Veränderungsprozess?**





## Tipps zum besseren Umgang mit Kunden

### 1. Die eigene Einstellung überprüfen:

- Sich vom „ICH“ lösen.
- Den Kunden zum Mittelpunkt machen.

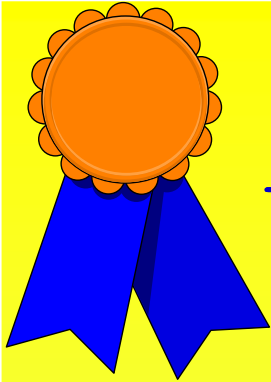
### 2. Tu, was getan werden soll mit Begeisterung!

- Sich selber begeistern und in Schwung halten.
- Mitreissen, den Kunden begeistern.
- Begeisterung ist ansteckend.

### 3. Dem Kunden helfen, der zu sein, der er gern wäre:

- Prestige-Gedanken pflegen.
- Anerkennung des Kunden.





## Tipps zum besseren Umgang mit Kunden

### 4. Höre dem Kunden aufmerksam zu!

- Es ist dies eine sehr überzeugende Art, dem Kunden unsere Wertschätzung zu beweisen.

### Prinzipien für aktives Zuhören

#### 5. Sei dem Kunden nützlich:

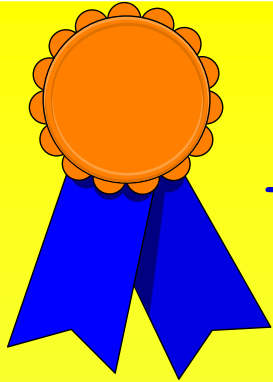
- Interesse am Gesprächspartner
  - Dokumentiere damit Deine positive Einstellung zum Kunden (Kleine Geschenke, Tipps, Information)
- Körpersprachliche Zuwendung

- Blickkontakt anbieten

#### 6. Recht geben oder Recht haben wollen?

- Ungeteilte Konzentration
- Verständniskontrolle
  - Recht behalten und dabei den Kunden verlieren, ist eine schlechte Lösung.
- Ausreden lassen





## Tipps zum besseren Umgang mit Kunden

### 7. Gib dem Kunden Gelegenheit, DIR einen Dienst zu erweisen!

- Das beeinflusst sein Selbstbewusstsein und fördert seine Sympathie für Dich.

### 8. Gib dem Kunden Sicherheit:

- Angst (in all ihren Formen) ist der Hauptgrund, warum Entscheidungen nicht gefällt werden.

### 9. Zeige dem Kunden den Nutzen auf:

- Der Kunde kauft nicht ein Produkt/eine Dienstleistung, sondern immer den NUTZEN, den er dadurch erhält.



# Begeistern Sie sich für Ihre Kunden



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.

**sci**  
sales consultancy international

Am besten ist, Sie beginnen damit hier,  
jetzt und heute - also sofort!



Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.

**sci**

sales consultancy international

