

Das 100-Punkte-Kunden-Programm für einen faszinierenden Kunden-Service

Das 100-Punkte-Kunden-Programm für einen faszinierenden Kunden-Service ist ein Werkzeug, um die Kunden-Erfahrungen in Ihrem Unternehmen auf den Prüfstand zu stellen. Nutzen Sie es, um die Bereiche herauszufinden, auf die Sie sich konzentrieren sollten. Die Absicht dahinter ist es, Ihre Unternehmen zu einer der fortschrittlichsten in Ihrem Bereich zu machen. (Vielleicht stellen Sie auch fest, dass Sie schon zu den Besten gehören!)

Das Programm bezieht sich auf folgende 6 Bereiche:

- **Grundlagen für den Erfolg**
- **Die Kunden-Reise I**
- **Die Kunden-Reise II**
- **Ethische verkäuferische Fähigkeiten**
- **Die Kunden –Reise III**
- **Das Willkommens-Paket**

Sie benötigen drei Schritte für das 100-Punkte-Kunden-Programm

1. **Beantworten Sie jede Frage.** Wenn die Feststellung wahr ist, machen Sie einen Haken in die Box. Wenn nicht, lassen Sie das Feld frei bis Sie das getan haben, was für ein „volles JA“ erforderlich ist. Seien Sie rigoros, seien Sie ein kritischer Prüfer. Haken Sie nur die die Kästchen ab, wenn die Feststellung in jedem Fall für Sie zutrifft – wenn sie nur manchmal zutrifft oder hin und wieder gibt es keinen Haken. Wenn die Feststellung Sie (oder Ihre Unternehmen) jedoch gar nicht betrifft, Sie also nie mit „Wahr“ stimmen könnten, machen Sie dennoch einen Haken. Sie können ebenfalls einige Formulierungen so abändern, dass sie noch spezieller auf Sie und Ihre Unternehmen zugeschnitten sind – aber dies sollte nicht so getan werden, dass die Kriterien leichter erfüllt werden könnten.
2. **Bilden Sie die Summe für jeden Bereich.** Zählen Sie die Kästchen zusammen, in denen Sie einen Haken gemacht haben und notieren Sie die Gesamt-Zahl für den jeweiligen Bereich. Dann übertragen Sie diese Summe in die Übersicht auf der nächsten Seite, zusammen mit dem Datum. Während Sie mit diesem Programm arbeiten, werden sich Ihre Ergebnisse verändern. Nutzen Sie diese Übersicht, um Ihren Fortschritt festzuhalten.
3. **Machen Sie solange weiter, bis Sie alle Kästchen abhaken können.** Dieser Prozess kann 30 Tage oder zwei Jahre dauern, aber Sie können es schaffen. Es ist nicht die Zeit, die zählt, es sind Ihre Bestrebungen sich weiterzuentwickeln und Ergebnisse zu erzielen. Nutzen Sie Ihren Coach und lassen Sie sich bei Ihren Plänen und der Umsetzung unterstützen.

Ihr Fortschritts-Report:

Datum	Grundlagen für den Erfolg	Kunden Reise I	Kunden Reise II	Ethische Verkaufsfähigkeiten	Kunden Reise III	Willkommens-Paket	Summe
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Grundlagen für den Erfolg

Weder als Einzelperson noch im Team werden Sie große Fortschritte erzielen können, wenn Sie mit einem zu geringen Selbstwertgefühl starten.

In diesem Bereich werden wir das Potential für Ihren Markt erforschen, sowie die Einstellungen, die für Ihren Erfolg notwendig sind.

- Wir haben ausreichend Zeit in unserem Terminkalender geschaffen, um es uns zu ermöglichen, unseren idealen Service zu leisten.
- Wir bilden uns kontinuierlich professionell fort und bauen unsere Fähigkeiten ständig aus, um exzellente Leistungen zu bieten.
- Wir verfolgen ein kontinuierliches Entwicklungsprogramm bezüglich unseres Kunden-Service.
- Wir verfolgen ein kontinuierliches Entwicklungsprogramm bezüglich unserer ethischen verkäuferischen Fähigkeiten
- Um neue Ideen zu diskutieren, akzeptieren wir die Regeln des Brainstormings.
- Unsere idealen Kunden erkennen wir, indem wir die demographischen und ökonomischen Rahmenbedingungen beachten.
- Wir erkennen das zukünftige ökonomische Potential des Marktes, den wir bedienen.
- Wir begrüßen es, dass unsere Leistungen nachgefragt werden, die Frage ist: „Von wem werden die Kunden kaufen?“
- Wir verstehen das Dreieck aus Qualität, Preis und Zeit und haben uns für eine hohe Qualität unserer Leistungen entschieden sowie für einen guten Kundenservice, verbunden mit entgegenkommendem Timing und einem angenehmen Umfeld.
- Wir machen keine Kompromisse in Bezug auf unsere Preise.
- Wir fühlen uns alle angemessen bezahlt, für das was wir tun.
- Ein Teil unserer Bezahlung ist an die Leistung der gesamten Unternehmen gekoppelt.
- Wir fühlen uns von unserem Arbeitgeber wertgeschätzt.
- Wir schätzen uns gegenseitig.
- Wir schätzen unsere Kunden, die wir mit Leistungen versorgen.
- Wir haben Spaß an der Arbeit.
- Wir freuen uns über das Umfeld, in dem wir arbeiten.
- Wir haben als Individuum ein hohes Selbstwertgefühl.
- Wir haben als Team ein hohes Selbstwertgefühl.
- Wir verstehen, dass das Leben eine Reihe von Bergen, Tälern und kleinen oder größeren Katastrophen ist, lassen uns dadurch aber nicht in unserem Selbstwertgefühl beeinflussen.
- Wir haben eine „Helium-Kultur“ in unserer Unternehmen – wenn wir kommunizieren, tun wir dies in einer Art und Weise, die das Selbstbewußtsein des Zuhörers fördert.
- Wir sind als Profis bei der Arbeit – und haben keine Tage, an denen „alles schief geht.“
- Wir verstehen, dass unsere Kunden durch unsere Unternehmen wie der Stab bei einem Staffellauf weitergereicht werden. Ein Teil unseres Job ist es, dafür zu sorgen, dass der Stab nicht runterfällt.
- Wir verstehen, dass ein „WOW-Kunden-Service“ aus folgenden drei Elementen besteht: Strukturen – der physischen Umgebung, Prozessen – wie der Patient als Individuum behandelt wird und dem Ergebnis – dass der Patient das erhält was er sich wünscht.
- Wir verstehen, das Verkaufen ethisch vollkommen o.k. sein kann, wenn es in der richtigen Art und Weise durchgeführt wird.
- Wir erkennen, dass ethisches Verkaufen bedeutet, dem Kunden zu helfen, die Produkte und Leistungen zu kaufen, die für ihn geeignet sind, und die er sich wünscht.

Summe

Die Kunden-Reise (I)

Eine Rezeptionskraft könnte auch „Managerin des ersten Eindrucks“ genannt werden. Das ganze Team ist einbezogen, wenn es darum geht, neue Kunden zu treffen und zu begrüßen. Anhand der folgenden Aussagen können Sie prüfen, wie Ihre Unternehmen „auf den ersten Eindruck wirkt“.

- Wenn wir Telefongespräche entgegennehmen, lächeln wir, begrüßen unseren Gesprächspartner und stellen uns vor.
- Wenn wir einen Kunden persönlich begrüßen, lächeln wir, schauen ihm in die Augen, und stellen uns vor.
- Wenn wir nach unseren Produkten oder Leistungen gefragt werden, händigen wir nicht einfach Prospekte aus, sondern erkundigen uns, woran der Patient speziell interessiert ist.
- Wir haben die Erlaubnis, unserer Intuition zu vertrauen und respektvoll auch einmal „Nein“ zu sagen, zu Kunden, die nicht zu uns passen.
- Für diesen Fall haben wir geeignete Formulierungen entwickelt.
- Wir fragen alle unsere Kunden danach, ob sie den nächsten Besuchstermin schon jetzt vereinbaren möchten.
- Wir haben gelernt, mit möglichen Bedenken und Widerständen umzugehen.
- Wir können in unsere Gespräche mit den Kunden immer spezielle Angebote für die jeweiligen Kunden einflechten.
- Wir erkennen und nutzen die Möglichkeiten unsere sonstigen Produkte und Leistungen anzubieten und zu verkaufen.
- Wir verstehen es, den Nutzen unserer Leistungen für den Kunden in einer prägnanten Kurzvorstellung „rüberzubringen“.
- Solche prägnanten Kurzvorstellungen hat jeder aus unserem Team entwickelt und erprobt.
- Wir verstehen, dass ein „Nein“ sowohl „Nein, niemals“ oder auch „Nein, nicht jetzt“ bedeuten kann und wir haben ein Wiedervorlagesystem, um unaufgefordert erneut auf unsere Kunden zuzugehen.
- Wir verstehen das Konzept als Reservoir für den zukünftigen Verkaufserfolg.

Summe

Die Kunden-Reise (II)

Von der Rezeption bis zur Beratung – Schlüssel-Fähigkeiten für den Umgang mit Verspätungen und um das „Staffelholz“ sorgfältig weiterzugeben.

- Wenn sich Kunden verspäten, haben wir ein System und bewährte Formulierungen um damit effektiv umzugehen.
- Wenn sich die Behandlung für Kunden durch unser Zutun verzögert, informieren wir sie sofort und halten Sie auf dem Laufenden. Wir haben ein System und bewährte Formulierungen, um damit umzugehen.
- Wir erklären dass die Ursache für diese Verzögerungen in unserem Bemühen liegt, anderen Kunden die bestmögliche Behandlung zu geben.
- Wir haben ein ansprechendes Umfeld, in dem die Kunden auf die Behandlung warten können.
- Wenn wir Kunden innerhalb der Unternehmen begrüßen, blicken wir ihnen in die Augen, lächeln und stellen uns vor.
- Wir haben ein System, nach dem unsere Kunden durch unsere Unternehmenräume begleitet werden.

Summe

Ethische verkäuferische Fähigkeiten

Ein erfolgreiches Unternehmen zu führen beruht zu 98 % auf dem Verständnis der Menschen und zu 2 % auf technischen Fähigkeiten. Sie brauchen 100 % dieser 2 % - aber es sind die 98 %, die den Verkaufserfolg herbeiführen.

- Wir beginnen unsere Beziehungen mit unseren Kunden durch die Herstellung von Rapport. Wir verstehen wie wir dieses erreichen.
- Wir fahren fort damit, die Interessen unseres Kunden zu überprüfen, so wie wir es auch in unserem „Menü“ erläutern.
- Wir verstehen, dass auch ein nicht genannter Menüpunkt nicht automatisch auf mangelndes Interesse hinweist.
- Wir verstehen die Unterschiede zwischen Produkten, Leistungen und Eigenschaften sowie Nutzen und Ergebnissen.
- Wir kennen geeignete Fragen zur persönlichen Situation des Kunden und können diese auch zur richtigen Zeit stellen.
- Wir wissen wann wir Nutzen-orientierte Fragen stellen sollten – und tun dies auch.
- Wir wissen wann wir Fragen nach möglichen Widerständen und Hindernissen stellen sollten– und tun dies auch.
- Wir wissen wann wir Ergebnis-orientierte Fragen stellen sollten – und tun dies auch.
- Wir wissen wie wir Empfehlungen für unsere Kunden formulieren.
- Wir beschreiben unsere fachlichen Empfehlungen.
- Wir schlagen die Brücke zu den Nutzenargumenten.
- Wir erinnern den Kunden an das gewünschte Ergebnis.
- Wir untermauern unsere Aussagen mit Beweisen.
- Wir fragen ob der Patient es probeweise versuchen möchte.
- Wir verstehen es, an diesem Punkt Widerständen und Einwänden zu begegnen.
- Wir wissen wir wir mögliche Einwände abfedern können.
- Wir reflektieren und klären die Bedenken des Kunden um unser Verständnis zu unterstreichen.
- Wir identifizieren alle möglichen versteckten Einwände.
- Wir antworten mit Lösungsvorschlägen, Erklärungen, Erläuterungen, Optionen, Beweisen oder Nutzen-Argumenten.
- Wir fragen nach der Bereitschaft, unseren Vorschlag zu testen, wenn die Bedenken verschwunden sein sollten.
- Wenn wir unter Preisdruck geraten, verlangen wir Klarheit darüber, ob dem Kunden mehr am Nutzen oder mehr an alternativen Zahlungsmodalitäten liegt.
- Wir können verschiedene Zahlungsmodalitäten anbieten um evtl. Preiswiderstände zu überwinden.
- Wir verstehen es, eine finanzielle Zusage vom Kunden zu bekommen.
- Wir verstehen es und können den Kunden direkt nach seinen Entscheidungen fragen.
- Wir verstehen es und können dem Kunden bei Bedarf Alternativen anbieten.
- Wir verstehen es und können bei Bedarf auch Nebensächlichkeiten beachten und nutzen.
- Wir verstehen es und können zum nächsten Schritt übergehen, wenn dies angebracht ist.
- Wir verstehen es und können zukünftige Chancen nutzen.
- Wir verstehen es und können dem Kunden auch bei größeren Entscheidungen helfen.
- Wir wissen, wie wir unsere Empfehlungen auch schriftlich darstellen und diskutieren können.

Summe

Die Kunden-Reise (III)

Wenn der Kunde sich erfolgreich für einen unserer Vorschläge entschieden hat, beginnt die Arbeit an einer lebenslangen Beziehung. Hier prüfen wir, wie wir diesen lebenslangen Kunden und Kunden aufbauen und wie wir ihn ermuntern, uns seinen Freunden und seiner Familie zu empfehlen.

- Wir haben ein System und die nötigen Formulierungen um nach Empfehlungsschreiben zu fragen.
- Wir führen einen Ordner mit Empfehlungsschreiben in unserer Unternehmen.
- Wir haben eine Empfehlungs-Karte.
- Wir haben ein System und die nötigen Formulierungen um die Empfehlungskarten zu verteilen.
- Wir haben ein System um nach Empfehlungsschreiben nachzufassen.
- Wir haben ein System und die nötigen Formulierungen um die Bezahlung unserer Leistungen zu fordern.
- Wir geben unseren Kunden alternative Zahlungsmodalitäten aber wir machen keine Kompromisse bezüglich unserer Preise.
- Wir vereinbaren regelmäßig bereits den nächsten Unternehmenbesuch mit unseren Kunden.
- Wir haben einen Brief-Entwurf für die Bestätigung unserer Vereinbarungen und ein System, wann und wie wir diesen einsetzen.
- Wir wissen, dass unsere Einstellung und Haltung unseren Erfolg viel mehr beeinflusst, als unsere Begabung und unser Talent.

Summe

Das Willkommens-Paket

Es ist immer wieder eine gute Idee, bereits zu Beginn einer neuen Beziehung zu einem Kunden für klare Grenzen zu sorgen. Ein gut formuliertes Willkommens-Paket wird Ihnen Zeit und Geld ersparen.

- Wir haben ein Willkommens-Paket für unsere Unternehmen entwickelt.
- Es beinhaltet ein Begrüßungsschreiben, mit den ersten Eindrücken, die der Patient in unserer Unternehmen bekommen wird.
- Es umfasst ein Beispiel unseres Mission-Statements.
- Es umfasst ein Kapitel über unser Team.
- Es umfasst notwendige Anfahrtsskizzen und Parkhinweise.
- Es umfasst unsere Geschäftsbedingungen.
- Es umfasst das, was wir unseren Kunden versprechen.
- Es umfasst eine Übersicht über unsere Preise.
- Es umfasst ein Menü der Top 10 Nutzen und Ergebnisse unserer Arbeit.
- Die Sprache unseres Willkommens-Paketes ist zunächst Ergebnis, dann Nutzen orientiert und dann erst mit Beschreibungen unserer Produkte und Leistungen versehen.
- Wir fügen diesem Willkommens-Paket alle Kunden-Fragebögen bei, die er vor Beginn seiner Behandlung ausfüllen sollte und erläutern ihm auch den Nutzen für Ihn, wenn er diese Fragen beantwortet.
- Wir akzeptieren, dass einige Kunden sich nicht mehr von uns behandeln lassen wollen, nachdem sie unsere Willkommens-Broschüre gelesen habe – und wir begrüßen dieses!
- Wenn die Kunden zu uns kommen, fordern wir Sie auf, uns die komplett ausgefüllten Fragebögen zu geben.
- Wir helfen ihnen, aus dem Menü unserer Leistungen, die für sie richtigen auszuwählen.

Summe

Die team success Coaching KG bietet Ihnen eine breite Auswahl an Coaching-Programmen und Leistungen, die es Ihnen ermöglichen, diese Tipps in die Unternehmen umzusetzen.

Wir helfen Ihnen gern weiter, senden Sie uns eine Mail an info@team-success.de oder rufen Sie uns an unter Tel 04384 5972-0.

Wir freuen uns auf Sie!

*)Um den gesamten Text einfacher und lesbarer zu halten, verzichten wir auf die spezielle weibliche oder männliche Form. Egal ob wir Zahnärztin oder Zahnarzt, Mitarbeiter oder Mitarbeiterin schreiben, es sind immer beide Geschlechter gemeint.