



Der Tipp des Monats Dezember 2004

Autor: Klaus Steinseifer

Der Traumhandwerker

Ist es nicht mehr als recht und billig, dass Sie sich den Wünschen und dem Trends Ihrer Kundin stellen?

Warum tun es dann so viele Handwerksunternehmer und Handwerksunternehmerinnen nicht?
Warum werden Chancen im ersten, spätestens im zweiten Ansatz schon gnadenlos verspielt?

Das Telefon ist meist der erste Kontakt in ein Unternehmen

Vor ein paar Wochen brauchte ich dringend einen Elektrofachbetrieb für ein Problem in unserem Sicherungskasten. Da ich in dieser Stadt noch keinen Elektrofachbetrieb kannte, "griff" ich zum virtuellen Branchenbuch an meinem PC. Es waren drei Unternehmen in den "Gelben Seiten" in dieser Stadt im Internet eingetragen. Wenn sich eines dieser drei Unternehmen mit einer gestalteten Anzeige hervorgehoben hätte, wäre mir die Wahl leicht gefallen.

So fiel das erste Glück auf denjenigen, der im Alphabet vorne stand:

Ich habe gewählt, gewartet und gewartet. Kein Anrufbeantworter, keine Anrufweberschaltung auf ein mobiles Telefon, absolut nichts!

Dieses Unternehmen hat einen Kunden, vielleicht sogar einen Stammkunden verloren ohne es auch nur zu ahnen! Im digitalen Zeitalter sollte man zumindest über eine Anrufweberschaltung auf ein mobiles Gerät verfügen, wenn man denn wirklich auf einen Anrufbeantworter verzichten will.

Mein zweiter Versuch. Das nächste Unternehmen in der Reihenfolge des Alphabetes:

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer.



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.

Seite 1 von 4

Es meldete sich eine mürrische Männerstimme mit dem Nachnamen. Ich dachte mir daher gleich: "Hier klappt es auch nicht!" Trotzdem meldete ich mich freundlich und höflich mit: "Hallo, meine Name ist Klaus Steinseifer, guten Morgen Herr Z.!" Ich nannte meine Wünsche. Da ich in der technischen Abwicklung von Elektroarbeiten offensichtlich wenig Fachwissen vermittelte, fuhr man mir über den Mund. Es sei alles ein Problem und man müsse sich die Sache vor Ort ansehen, ob das Problem überhaupt zu lösen sei. Er wolle sich in den nächsten Tagen wegen eines Termins zur Begutachtung bei mir melden. Freundlich und nett sprach ich weiter und nannte ihm meine Telefonnummer.

Sie können sich jetzt schon vorstellen, was passierte? Es geschah nichts, kein Anruf, kein Besuch! Nach einer Woche des Wartens gab ich auch hier auf.

Mein dritter Versuch nach einer Woche. Das letzte Unternehmen in der Reihenfolge des Alphabetes:

Nach kurzem Warten meldete sich eine freundliche Damenstimme am Telefon mit dem Namen des Unternehmens und ihrem eigenen Namen. Total überrascht von dem, was hier geschah, sagte ich zunächst einmal: "Es ist toll eine nette Stimme, wie die Ihre am Telefon zu hören!" Dann nannte ich meinen Namen und meine Wünsche an das Unternehmen. Man sagte mir zu, dass man sofort, gleich am nächsten Tag, um 16.00 Uhr einen Monteur zu mir schicken wolle, der meinen Auftrag erledigen würde.

Jetzt war ich erstaunt: "Es gibt tatsächlich in unserer Stadt einen Elektrofachbetrieb, der es versteht, im ersten Ansatz seine Kunden zu begeistern!"

Obwohl - ist es nicht das normale freundliche Miteinander, das man immer erwarten sollte? Sie lesen es selbst, ich war schon begeistert, dass sich jemand gemeldet hat und dieser Jemand auch noch freundlich zu mir war! In was für einer verkehrten Welt leben wir eigentlich?

Bei dem Unternehmen Z. habe ich dann gleich angerufen und mitgeteilt, dass man sich um mich nicht mehr bemühen müsse, da ich den Auftrag an einen sehr netten und freundlichen Kollegen im Ort vergeben hätte. Man merkte, dass es denen vollkommen "Wurscht" war!

Der Termin vor Ort ist der zweite Kontakt zum Unternehmen

Hier müssen Sie unter Beweis stellen, was Sie Ihren Kunden am Telefon vermittelt haben.

Daher ist es noch nicht das Ende der Geschichte. Es geht weiter und der zweite Schritt des Unternehmens auf dem Weg zu einem neuen Stammkunden machte alles kaputt:

Der Monteur kam zum vereinbarten Termin und riss alles wieder ein, was die freundliche Dame am Telefon aufgebaut hatte. Er öffnete den Sicherungskasten, war zu faul, die Sicherungsautomaten zu lösen, um sie zu verschieben, damit Platz für einen neuen Automaten entstand. Mit roher Gewalt und seinem Schraubenzieher verschob er alle Sicherungsautomaten die notwendigen Zentimeter, die er benötigte. Es störte ihn nicht, dass die Automaten nun schief und krumm in der Führungsleiste steckten. Hauptsache es war schnell Platz geschaffen für den neuen Automaten. Der wurde rasch eingebaut und nach meiner Unterschrift auf dem Rapport war der Monteur auch schon wieder verschwunden. Nach fast zwei Wochen kam eine "sauber, zwei mal gefaltete Rechnung im Fensterumschlag"! Mehr hatte ich natürlich hier nicht mehr erwartet - oder doch? Vielleicht ein nettes Anschreiben, einen Hinweis darauf, dass man sich sofort melden solle, wenn man nicht zufrieden sei. Eine schöne Broschüre über Neuigkeiten und was es noch so alles in der Branche gibt. Nichts dergleichen! Ich zahlte die Rechnung mit dem bestimmten Vorsatz, auch dieses Unternehmen niemals mehr anzurufen.

Auch in diesem Unternehmen ahnt man nicht warum man einen einmal gewonnen Neukunden im zweiten Ansatz schon wieder verloren hat. Als ob es so einfach wäre einen neuen Stammkunden zu gewinnen. Offensichtlich stehen die Neukunden in jedem Unternehmen Schlange.

Was nützt nunmehr eine tolle Stimme am Telefon, wenn die Mitarbeiter vor Ort nicht wissen, wie man sich beim Kunden zwingend verhalten muss. Dass auch in diesem Unternehmen noch vieles zu verbessern ist, wird Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser sofort klar.

Warum entwickeln sich Wünsche an einen handwerklichen Fachbetrieb zum Alptraum, wenn es doch ganz leicht und mit wenigen Schritten zu erreichen ist, ein Traumhandwerker für seine Kundinnen und Kunden zu sein!

Zufriedenheit ist nichts, es ist ein Tauschgeschäft: Geld gegen gute Leistung!

Sie müssen Ihre Kunden begeistern, wenn Sie in Ihrem Markt bestehen wollen!

Besser noch: Verblüffen Sie Ihre Kunden und Sie werden der Sieger in Ihrer Branche, in Ihrer Region und in Ihrem Markt sein!

Und noch viel besser ist ein glücklicher Kunde!

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer.



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.

Autor und Herausgeber



Klaus Steinseifer

Ausführliche Informationen über unsere Qualifizierungsarbeit in der modernen, zukunftsorientierten und nachhaltig erfolgreichen Unternehmensentwicklung und Unternehmensführung finden Sie unter www.steinseifer.com.

So erreichen Sie mich:

Telefon +49 (0)174 2493577

Mail klaus.steinseifer@steinseifer.com

Impressum

www.steinseifer.com/impressum

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer.



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.