

Konvent-Akademie

24. Oktober 2012

Akademie in Aktion Nr. 3 | So werden Kunden zu Fans - Kunden gewinnen und behalten

Presseberichte:

Aktuelles Schaufenster - [vorher](#)
Aktuelles Schaufenster - [nachher](#)

Viele Unternehmerinnen und Unternehmer, Selbständige, Freiberufler und andere Menschen, die täglich im Kontakt mit Kunden stehen, waren dem Ruf der Konvent-Akademie nach Amorbach gefolgt. Alexander Wolz, Leiter der Akademie, konnte über 70 Personen im Refektorium der Fürstlichen Abtei zu Amorbach zu dem Vortrag des Marketingexperten Jürgen Frey begrüßen. Unter der Überschrift "Mein Freund, der Kunde" erfuhr das interessierte Publikum, was hilft, mit Kunden in einen langfristigen Kontakt zu kommen, diese zufrieden zu stellen, ja zu Fans zu machen.

Zu Beginn zeigte Jürgen Frey an praktischen Beispielen, welche Firmen tatsächliche Fans haben. Fans, die vor dem Laden übernachten, um (als erste) ein Produkt zu kaufen. Oder Fans die sich das Markenlogo auf die Schulter tätowieren lassen. Haben Sie solche Kunden? Harley Davidson schon!

Anhand von sieben Erfolgsfaktoren erläuterte Jürgen Frey, wie es auch kleinen und mittleren Firmen gelingen kann, von großen Unternehmen zu lernen und hier aufzuschließen.

Erfolgsfaktor Nr. 1: Man besinne sich auf seine Kernkompetenz und mache diese deutlich - will heißen: Für den Kunden sicht- und erlebbar. Denn eine Kernkompetenz ist dadurch gekennzeichnet, dass sie zum einen eine Stärke der Firma ist zum anderen ganz wesentlich auch dadurch, dass diese Stärke für den Kunden wichtig ist.

Erfolgsfaktor Nr. 2: Fokussieren Sie Ihre Zielgruppe. Herr Frey betrachtete mit dem Publikum die Frage, wer die jeweilige Zielgruppe ist, wie sie deren Bedürfnisse erfahren und wie sie prüfen, ob die anvisierte Gruppe auch zu ihrer Kernkompetenz passt.

Erfolgsfaktor Nr. 3: Servicequalität steigern. Anhand einer Untersuchung sowie zahlreicher Beispiele aus der Praxis verdeutlichte der Marketingexperte, welchen Einfluss ein guter Service auf die Treue der Kunden hat. Darüber hinaus zitierte er einen Hinweis der North-West-Airlines an deren Fluggäste von den USA nach Deutschland: "Besuchern aus den USA kommen Verkäufer sowie Bedienungspersonal von Restaurants und Gaststätten als unterkühlt und abweisend vor. Dieses Verhalten ist für das Dienstleistungsgewerbe in Deutschland normal und nicht unhöflich gemeint."

Ähnlich plastisch wurden auch die anderen Erfolgsfaktoren Innovationsfähigkeit ausbauen, Verkauf stärken, Kundenzufriedenheit messen und Kundenbeziehungen pflegen dargestellt.

Gegen Ende Veranstaltung und nachdem offene Fragen kompetent beantwortet wurden, stellte Alexander Wolz den Gästen die TEMP-Methode vor - ein Instrument zur Bewertung der eigenen Firma. Für alle Interessierten gab es das Angebot, die diese unter dem Aspekt E wie "Erwartungen der Kunden" zu nutzen und im Nachgang eine Kurzauswertung von der Konvent-Akademie zu erhalten.

Mit Gesprächen und lockerem Gedanken- und Erfahrungsaustausch endete der Abend in gemüthlicher Atmosphäre

