

Mehr Kundenorientierung durch Kunden-Coaching

Wie Sie durch den Wechsel des Standpunktes Kunden gewinnen

Kundenorientierung ist in aller Munde und fehlt als Ziel in keiner Hochglanzbroschüre großer Unternehmen. Auch kleine und mittlere Betriebe, Freiberufler, Erfinder und vor allem Dienstleister können von dieser Haltung profitieren. Die Konzentration auf den Erfolg des Kunden, Flexibilität und Schnelligkeit sind notwendig, damit dieser Anspruch kein reines Lippenbekenntnis wird.

Übereinstimmung von Haltung und Handlung

Kundenorientierung zeigt sich immer im persönlichen Kontakt: Ob im Verkaufsgespräch, bei der Beratung, bei einer Reklamation oder einer Anfrage: Ein Kunde spürt sofort, ob er und sein Anliegen im Mittelpunkt steht. Kundenorientierung kann man daher als eine bestimmte Geisteshaltung verstehen. Sie erfordert den unbedingten Wunsch, die Situation des Anderen zu verstehen, seine Bedürfnisse zu erfüllen und damit zu seinem Erfolg beizutragen. Häufig sind wir jedoch mehr auf den eigenen Erfolg ausgerichtet: Zu sehr hängen wir an unseren Produkten und Dienstleistungen, zu oft präsentieren wir Lösungen, für die es keine Probleme gibt oder die der Kunde nicht wünscht.

Lernen Sie zu denken wie Ihr Kunde!

Erst wenn unsere Absichten - zum Beispiel das Verkaufen - nicht mehr im Vordergrund stehen, sind wir in der Lage, den Standpunkt des Anderen einzunehmen. Unsere Motivation kann sich dann darauf richten, den individuellen Bedarf zu erkennen und die bestmögliche Lösung gemeinsam mit dem Kunden zu entwickeln.

Diesen Ansatz findet man auch im Coaching, einer ziel- und lösungsorientierten Beratungsmethode. Hier

geht man davon aus, dass der Kunde der Experte für sein eigenes Problem ist. Hierbei ist ganz entscheidend die Technik der Gesprächsführung, die sich ausschließlich auf die kundenorientierte Lösung konzentriert. Der Coach lenkt hauptsächlich den Prozess der Zielfindung. Er stellt die richtigen Fragen, hört aktiv zu und gibt gegebenenfalls eigene Anregungen.

Hier arbeitet der Kunde: Coaching im Verkaufsgespräch

Wenden Sie diese Gesprächstechnik zum Beispiel bei der Auftragsakquisition an, entsteht eine völlig neue Situation: der Kunde "erfindet" das für seinen Bedarf passende Produkt selbst. Durch gezielte Fragen beschreibt er seine konkreten Anforderungen und Merkmale der für ihn besten Lösung und zeigt Ihnen, wie Sie ihn effektiv unterstützen können. Das setzt natürlich voraus, dass Sie ihm als Experte ein möglichst großes Repertoire an Leistungen anbieten können. Es kann auch heißen, dass sehr schnell klar wird, dass Bedarf und Angebot nicht zusammenpassen. Das spart Zeit und vermeidet Frustration auf beiden Seiten. Vielleicht können Sie auch dann mit einer guten Empfehlung weiterhelfen und ihn dadurch auch weiterhin an Sie binden.

Passgenaues Angebot

Die Coaching-Technik macht Sie zu einem kompetenten Gesprächspartner, denn in Ihrem Angebot findet der Kunde seine eigenen Anforderungen maßgeschneidert wieder. Das erfordert natürlich Flexibilität und Schnelligkeit, denn Ihre Produkte oder Dienstleistungen müssen in einem kontinuierlichen Prozess kundenorientiert weiterentwickelt werden. Das garantiert aber auch, dass Sie mit Ihren Kunden wachsen und sich zunehmend als

Problemlöser für Ihre Zielgruppe positionieren. Desweiteren hilft es Ihnen, Ihr Produkt- bzw. Leistungsangebot kunden- und bedarfsgerecht auf die Zukunft auszurichten und damit Ihr unternehmerisches Risiko entscheidend zu senken.

Innovationen kundenorientiert entwickeln

Insbesondere der Erfolg technologischer Innovationen steht und fällt mit der Kundenorientierung. Auch hier kann regelmäßiges Kunden-Coaching helfen, marktgerecht und zielgerichtet Lösungen zu entwickeln. Optimal ist sicherlich die Auftragsfindung, bei der bereits alle Anforderungen im Vorfeld festgelegt sind. Gehen Sie als Erfinder auf jeden Fall frühzeitig auf Ihre potenziellen Kunden zu. Die Informationen, die Sie dort erhalten, können - richtig umgesetzt - die Verwertung der Innovation positiv beeinflussen oder zumindest entscheidend unterstützen.

Verhelfen Sie anderen zum Erfolg!

Wirkliche Kundenorientierung setzt voraus, die Probleme und Wünsche Ihrer Zielgruppe sehr genau zu kennen und das erklärte Ziel zu haben, zu deren unternehmerischem Erfolg beizutragen. Die Methode des Kunden-Coaching ist ein ausgezeichnetes Instrument, Ihre Lösungskompetenz für die Produkte und Dienstleistungen von Morgen auszubauen, bestehende Kunden zu binden und neue zu gewinnen. Hilfreich ist auch die Überzeugung:

"Der Erfolg meiner Kunden führt zu meinem eigenen !"

Dr. Caren Möhrke - Marketing Services -
Training & Coaching - Düsseldorf -
www.CarenMoehrke.de