

In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 **MINUTEN**

Sabine Hübner

Kunden- service

GABAL

Sabine Hübner

30 Minuten

Kundenservice

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Diethild Bansleben, Hanau/Leipzig
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

© 2007 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
5., überarbeitete Auflage 2012

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autorin noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

ISBN 978-3-86200-719-6

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- **Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.**
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- ***Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.***
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Service ist das Zauberwort des Erfolgs	9
Was ist Service?	10
Was erwarten Kunden?	12
Was macht Service aus?	14
2. Service macht das Leben leichter	19
Der Kunde ist im Stress	20
Produkt-Plus	21
Pro-Aktivität	22
Konsequent einfach	23
3. Service macht das Leben schöner	27
Der Verkaufstrichter	28
Das positive Vorurteil	29
Die Erlebniswelt	32
Die Sahnehäubchen-Strategie	37
4. Service hilft bei Reklamationen	43
Vom Kundenfrust zur Kundenlust	44
Zehn Faktoren zur positiven Reklamationsbearbeitung	52
Zehn Faktoren zur negativen Reklamationsbearbeitung	55

5. Service beginnt im Unterbewusstsein	61
Die hohe Schule der Verführung	62
Freundlichkeit	64
One-to-One-Service	68
6. Service schafft Beziehung	73
Vom One-Night-Stand zum Bund fürs Leben	74
Der Kontaktplan	77
Antizyklisch vorgehen	77
Antizipation von Kundenwünschen	78
Kundenprofile: Für jeden das Richtige	80
Aus einem Guss	83
Fast Reader	88
Weiterführende Literatur	94
Register	96

Vorwort

„Besuchern aus den USA kommen Verkäufer und Verkäuferinnen oder Bedienungspersonal in Restaurants und Gaststätten unterkühlt und abweisend vor. Dieses Verhalten ist für das Dienstleistungsgewerbe in Deutschland normal und nicht unhöflich gemeint.“ So „warnt“ die Northwest Airline ihre Fluggäste, bevor diese deutschen Boden betreten. Erschreckend, wie unsere Servicementalität von außen wahrgenommen wird, oder? Ist das denn wirklich so? Hat die amerikanische Fluglinie Recht?

Deutschland – eine Servicewüste?

Manchmal möchten wir diese Frage ziemlich genervt mit einem „Oh ja!“ beantworten. Jedes Mal dann, wenn uns ein Verkäufer im Geschäft unhöflich anschnauzt, wir bei der Servicehotline zum zehnten Mal weiterverbunden werden oder der Kellner im Restaurant unbeeiligt zuschaut, wie wir verzweifelt versuchen, dem umgefallenen Rotweinglas Herr zu werden. Wer in Sachen Service aber schwarzsieht, übersieht die Oasen. Denn es gibt sie, die kleinen und großen Servicemeister, die ihre Kunden begeistern.

Erfolg durch Servicemarktführerschaft

Dass sich Service lohnt, beweisen die Erfolgsgeschichten dieser Unternehmen. In einem hart umkämpften Wettbewerb haben sie eine bedeutende Nische gefun-

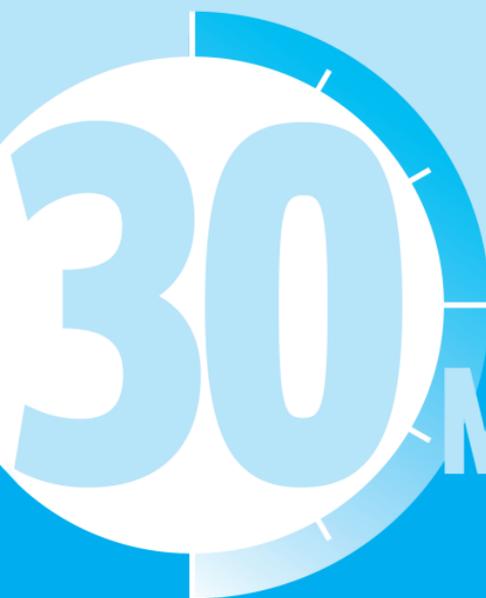
den: die Servicemarktführerschaft. Denn: Nicht jeder kann und will den günstigsten Preis bieten. Vor allem für mittelständische Unternehmen ist dies schwierig.

Aus der Masse herausragen

Mit Service können Sie sich von Ihren Wettbewerbern abheben und die Kundenbindung stärken. Sie können mit den richtigen Serviceideen nicht nur überraschen, sondern zum Gesprächsthema werden und aus Ihren Kunden Werber für Ihre Leistungen machen. In diesem Buch erfahren Sie, warum Service der Erfolgsfaktor schlechthin ist: angefangen bei ungewöhnlichen Ideen bis hin zu einem erfolgreichen Reklamationsmanagement und ausgezeichnetem After-Sales-Service. Lernen Sie aus Beispielen namhafter Unternehmen, wie Sie Ihre Kunden begeistern und deren Loyalität steigern können. In nur 30 Minuten erhalten Sie neue Impulse für Ihre eigene Servicestrategie.

Viel Erfolg auf dem Weg zu überraschendem Kundenservice wünscht Ihnen

Ihre Sabine Hübner



30 MINUTEN

Was bedeutet Service?

Seite 10

**Welchen Service erwarten
Kunden?**

Seite 12

Wie schaffen Sie Aha-Erlebnisse?

Seite 16

1. Service ist das Zauberwort des Erfolgs

Sie kennen das sicher aus Ihrer Kindheit: Wenn Sie das Zauberwort „bitte“ sagten, bekamen Sie oft, was Sie wollten. Heute heißt das Zauberwort „Service“. Was Sie bekommen? Natürlich eine hohe Wertschätzung und die Anerkennung Ihrer Kunden. Aber nicht nur das: Auch die Motivation Ihrer Mitarbeiter wird steigen.