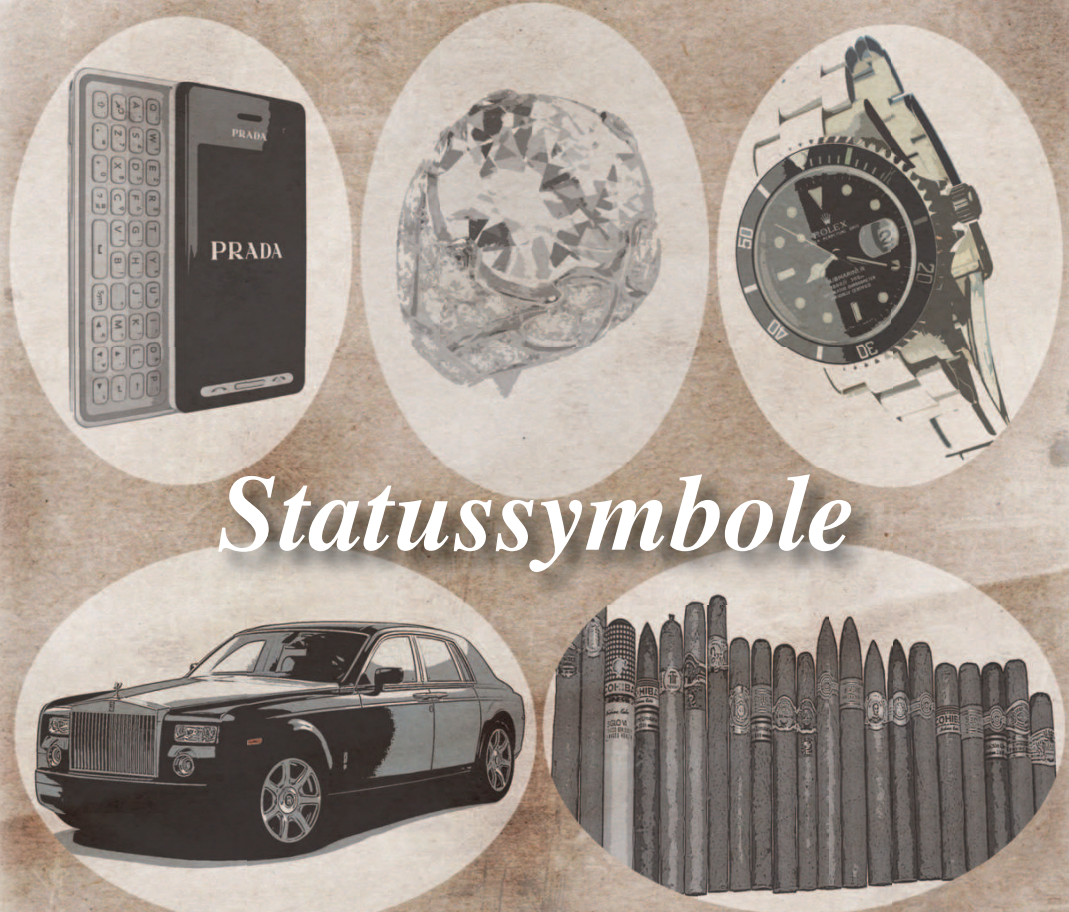


# coaching heute

... hier schreiben die Coaches selbst



## Statussymbole

**Status-Symbole für das 21. Jahrhundert: Reich ist, wer sagt: Mir reicht's**

**Tom Schmitt: Status-Spiele – und wie wir sie mit Erfolg absolvieren**



## ProzessIntelligenz: Wie Sie mehr mit Ihren guten Kunden machen können

Gute Kunden bringen regelmäßige Umsätze und auch die besten Erträge.  
Durch intelligente Prozesse können Sie die Potenziale Ihrer Kunden noch besser nutzen

**Drei Erfolgsfaktoren sind dafür entscheidend, wie Sie mit Ihren guten Kunden zusammenarbeiten:**

### 1. Absolute Zuverlässigkeit

Ihre Kunden verlassen sich auf die Leistung. Wenn sie diese Leistung einmal nicht in der gewohnten Qualität erhalten, sind sie unzufrieden – und wechseln schnell zur Konkurrenz.

### 2. Abläufe am Kunden ausrichten

Welche Leistung versprechen Sie Ihren Kunden? Indem tatsächlich alle Abläufe darauf ausgerichtet sind und dem Kundenbedarf entsprechen, werden die Kunden an Ihr Unternehmen gebunden.

### 3. Klare Strukturen

Oft gibt es viele Ideen, aber die meisten sind schnell wieder vergessen. Dies lässt sich vermeiden: klare Strukturen helfen, die Komplexität zu bewältigen und Ziele zu konkretisieren. Ideen werden dann leichter umgesetzt.

### Checkliste – Wirksame Kundenorientierung

Die Checkliste bietet Ihnen konkrete Anhaltspunkte, in welchen Themen in Ihrem Unternehmen Handlungsbedarf besteht:

- Alle unsere Mitarbeiter haben ein klares und einheitliches Verständnis vom angebotenen Produkt/ Dienstleistung unseres Unternehmens mit all seinen Varianten.
- Bei allen Aktivitäten im Unternehmen steht der Kundennutzen im Vordergrund.
- Reklamationen werden zügig und pragmatisch im Sinne des Kunden gelöst.
- Wir kennen unsere Risiken und typischen Schwachstellen in den Unternehmensabläufen und analysieren diese regelmäßig.
- Die für die Erstellung des Produkts erforderlichen Arbeitsschritte und Abläufe sind klar in Form von Standards definiert.
- Im Falle von typischen Unregelmäßigkeiten haben die Mitarbeiter ein gemeinsames und konkretes Verständnis, wie im Sinne des Kunden zu verfahren ist.
- Bei auftretenden Störungen haben die beteiligten Mitarbeiter ausreichend Handlungsspielraum und Kompetenzen die Umsetzung des Kundenversprechens bestmöglich herbeizuführen.
- Alle internen Abläufe sind kompromisslos auf das Kundenversprechen ausgerichtet.
- Unser Kunde erhält stets die ihm versprochene Leistung. Hiervon gibt es keine Abweichungen.
- Das Leistungsversprechen bezieht auch die unausgesprochenen Botschaften, die wir durch unseren Außenauftritt und unsere Marketingmaßnahmen übermitteln, mit ein.
- Die Rückmeldung unserer guten Kunden wird regelmäßig eingeholt.
- Wir kennen die für die Kundenzufriedenheit ausschlaggebenden Leistungspunkte.
- Unsere guten Kunden kommen immer wieder zu uns und empfehlen uns weiter.
- Die Rückmeldung unserer Kunden wird konsequent und regelmäßig in geeigneter Form an die Mitarbeiter kommuniziert.
- Das Kundenfeedback ist fester Bestandteil für die Weiterentwicklung von Produkten und Abläufen.

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe:  
**ProzessIntelligenz: Checkliste – Wirksame Führung**

### Nachgefragt bei Tanja M. Schlesinger, Deutsche Bahn

„Die Akzeptanz der Mitarbeiter von Vorgaben erfolgt über ein wahrhaftiges Annehmen und Lösen ihrer täglichen Umsetzungsprobleme im Betrieb. Erst wenn die Voraussetzungen für einen reibungslosen Ablauf geschaffen sind, werden Mitarbei-

ter kleinere Unwägbarkeiten beherzt im Sinne des Kunden lösen. Wenn unsere Kunden dieses Serviceversprechen tatsächlich erleben, werden wir sie zufrieden stimmen. Nur zufriedene Kunden kommen wieder. Das Erfüllen von Produkterwartun-

Tanja M. Schlesinger  
Deutsche Bahn  
Fernverkehr  
Leiterin Bordservice



gen über stabile Abläufe stellt einen wesentlichen Baustein dar und sichert somit den wirtschaftlichen Erfolg.“