

Kundenbeziehungen verbessern in Theorie und Praxis

Zum ersten Mal lud die Firma Smart Concept AG Kunden und Interessenten zum Customer Day 08 ein. Das Thema lautete «Der heutige Kunde und seine Erwartungen». Am Hauptsitz der BMW (Schweiz) AG in Dielsdorf trafen sich rund 60 Vertreter aus Wirtschaft und Handel, um von ausgewählten Referenten Hinweise und Denkanstösse zur Verbesserung der Kundenbeziehungsqualität im eigenen Unternehmen zu erhalten. In Zeiten, in denen Preise und Dienste über das Internet transparent, Produkte industriell gefertigt und somit in hoher Qualität aus-

tauschbar sind, wird der persönliche Kundenkontakt zum «Moment of truth». Produktinnovationen bringen nur einen kurzen Wettbewerbsvorteil. Erst über die Verbesserung der Kundenbeziehung erreicht ein Unternehmen den entscheidenden und nachhaltigen Wettbewerbsvorteil. Die Frage ist nicht, welches Produkt oder welche Leistung man anbietet, sondern mit welcher Idee man die Kunden faszinieren und begeistern kann.

Dieter Lange, studierter Betriebswirtschaftler und Psychologe sowie Erfolgstrainer, forderte die Teilneh-

mer in einem mit Wortspielen gespickten Referat auf, jeden Kunden individuell und mit emotionaler Intelligenz zu bearbeiten. «People buy from people they like» war eine seiner Kernaussagen.

Im weiteren Verlauf der Veranstaltung zeigten Werner Knutti und David Meloni, beide geschäftsführende Partner der Smart Concept AG, auf, welche Methoden und Tools heute eingesetzt werden, um den Puls der Kundenkontaktqualität an den verschiedenen Schnittstellen zum Unternehmen systematisch zu messen und zu entwickeln. Dabei

haben sich Methoden wie Mystery Research, z.B. in Form von anonymen Testkäufen, und Formen von Kundenumfragen unmittelbar am Kundenkontaktpunkt etabliert.

Nach den philosophischen und theoretischen Ansätzen wurde die Aufmerksamkeit des Publikums auf die Praxis gerichtet. Reinhard Ahlborn, Leiter BMW (Schweiz) AG der Niederlassung Dielsdorf, erläuterte mit Emotionen und praxisorientierten Beispielen, welche Aktivitäten BMW in Customer Excellence umsetzt.

org /pd



André Bonifazi, Sony Overseas SA (links) und Daniel Knuchel, Leiter Unternehmensentwicklung, Visana Services AG.



Leute kaufen bei Leuten, die sie mögen: Dieter Lange zeigt, wie das geht.



David Meloni (Smart Concept AG, Mitte) mit Martin Vogel, Swiss Casinos (links) und Reinhard Ahlborn, BMW (Schweiz) AG.



Manuela Glänzel, Leiterin Facility Management, D4 Business Center und Roland Keiser, Managing Director, SeeTec (Schweiz) GmbH.



Guiseppe Bonina, Country Manager, Lebara Mobile GmbH (links) und Werner Knutti, Managing Partner, Smart Concept AG.