

## So werden Kunden zu "Fans": 3. Vortrag in der Konvent-Akademie wieder ein Erfolg

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 deut-



*Jürgen Frey an praktischen Beispielen, welche Firmen tatsächliche Fans haben*

lich - will heißen: Für den Kunden sichtbar 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 zahlrei-

cher 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 Gedankens- und Erfahrungsaustausch endete der Abend in gemüthlicher Atmosphäre.

### Einige Teilnehmerstimmen:

**Hubert Kuhn, KUHN Maßkonfektion KG:** „Der Vortrag war fesselnd, spannend und hat mich sehr beeindruckt. Gemessen in der Skala der Kundenzufriedenheit gehört der Vortrag in den Fanbereich. Ich bin überzeugt, dass jeder Teilnehmer positive Aspekte mitnehmen konnte.“

**Stephen Knapp, architekturbüro ads:** "Uns hat der Vortrag gut gefallen, wir haben im Anschluss noch viel über das Thema "Kunde" diskutiert. Ein echter Profi, der sehr anschaulich Themen anspricht - uns hat manchmal etwas die Auflösung der angesprochenen Punkte gefehlt (die vermutlich aber im Buch nachzulesen sind :-))."

**Christian Adler, Helmut Adler GmbH:** "Ein mitreißender Abend bei dem jeder (egal welche Branche, oder Firmengröße) etwas mitnehmen kann, das man auch umsetzen kann und weiterverfolgen muss."

**Daniel Petermann, Raumgestaltung Petermann:** "Danke für den tollen Vortrag ... es war ein interessanter Blick hinter die Kulissen, sowohl als Verkäufer/Dienstleister, als auch Konsument ... Kann ich nun mit dem neuen Wissen vieles, was schon vorhanden ist, ausbauen und perfektionieren. Alles in allem war die Investition in diesen Abend, ihre Zeit wert. ■