

Kundenbindung Seit 1992 bietet perfect training rund um GF Christoph Stieg unter anderem Trainings zur Kundenbindung bzw. -rückgewinnung

Erfolg durch effektiven Dialog



Christoph Stieg, geschäftsführender Gesellschafter von perfect training.

Der Kunde soll nicht überzeugt, sondern besser beraten werden.

Wien. Vor allem in persönlichen und telefonischen Interaktionen der Mitarbeiter mit den Kunden sieht Christoph Stieg, geschäftsführender Gesellschafter von perfect training, den Schlüssel zum Erfolg, wenn es um langfristige Kundenbindung geht.

perfect training ist bereits seit 1992 als Dienstleistungsunternehmen für effektives Training, Leadership, Führungskräfte-Training, Verkaufstraining, Weiterbildung in Vertrieb und Management, Personalentwicklung, HR-Management und Organisationsentwicklung tätig. Basierend auf 17 Jahren Erfahrung, ist Stieg überzeugt, dass

der Dialog für alle Ziele in der Kundenbeziehung eine besondere Bedeutung hat. Bei Kunden, die die Geschäftsbeziehung bereits beendet haben, rät Stieg: „Anrufen und zwar unmittelbar nachdem die Kündigung eingegangen ist. Dann gilt es, die Motive des Kunden für seine Abwanderung zu klären – welchen Bedarf und welche (neuen) Bedürfnisse der Kunde hat.“ Interesse zeigen und die eigene Intention selbstbewusst aussprechen, so sein Credo: „Ich will Sie als Kunden zurückgewinnen.“ Dabei gehe es aber nicht darum, den Kunden zu „überzeugen“, sondern vielmehr darum, „ihn besser zu

beraten“. 50% der Kunden ließen sich durch einen Anruf, also einen Dialog, wieder zurückgewinnen, so Stieg. Das Führen solcher „professioneller Gespräche“ stelle enorm hohe Anforderungen an die jeweiligen Mitarbeiter.

„Veränderung erzielen“

perfect training bietet genau solche Trainings unter anderem mit praktischen Rollenübungen an: „Mit der ‚Telefon-Training Direkt‘-Methode können Telefongespräche auch direkt am Arbeitsplatz des Teilnehmers trainiert werden“, so Stieg.

Auf diese Weise soll eine möglichst authentische Situation geschaffen werden. „Durch Feedback, Formulierungsvorschläge und Wiederholung wird wirksam eine Veränderung erzielt – sowohl mental als auch auf der Verhaltensebene.“
www.perfecttraining.com

eety Kundentreue belohnen Geschenke

Wien. „Gerade als kleines Unternehmen ist es wichtig, Kunden an sich zu binden“, meint Richard Kernbeis, Geschäftsführer eety Telecommunications GmbH. eety nutze daher in diesem Bereich seine Kernkompetenz, die mobile Telekommunikation. „So verschonen wir als Belohnung an unsere treuen Kunden in regelmäßigen Abständen in Form von SMS-Aktionen zusätzliches Guthaben – die schnellsten, die auf unsere Nachricht antworten, bekommen extra Euro zum Telefonieren auf ihre SIM-Karte aufgebucht.“

Ramadan-Aktion von eety

Besonders wichtig sei es, auf die zielgruppenspezifischen Wünsche und Bedürfnisse einzugehen: „Zu Ramadan haben wir an unsere türkischen Kunden Gesprächsminuten verschenkt. Ein anderes Beispiel ist die vergangene Fußball-Europameisterschaft. Hier konnten unsere türkischen Kunden Fanartikel gewinnen, die sie gleich zum Anfeuern ihrer Nationalmannschaft verwenden konnten“, erläutert Kernbeis.

Eine breitere Kundenbindungsmaßnahme sei www.greety.at – Kunden sollen hier einen lustigen Spruch auf eine extra installierte Webpage posten; die besten werden in Form von aufsteigenden Luftballons angezeigt. „An den User mit den höchsten Bewertungen haben wir ein I-Phone ausgespielt. In regelmäßigen Abständen führen wir ‚Kunden werben Kunden‘-Aktionen durch“, so der eety-Chef weiter. Bestehende Kunden bekommen bei Aktivierung eines Neukunden, der an eety geworben wurde, ein extra Guthaben.



Zur rechten Zeit am rechten Ort: Ihr Angebot.

Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben. Wer aber die frischen News früher als andere überbringt, der ist auch sonst der Konkurrenz immer einen Schritt voraus. Fragen Sie Anker. Näheres erfahren Sie unter (01) 795 00-0 oder www.redmail.at

Damit's ankommt, wenn's drauf ankommt.

>redmail™



Richard Kernbeis, Geschäftsführer der eety Telecommunications GmbH.