

Dr. Breitzkreuz, Gustav

**„BEGEISTERTE UND KOMPETENTE
KUNDENBERATUNG / KUNDENVERHANDLUNG
SCHLÜSSEL FÜR ZUFRIEDENE KUNDEN UND POWER FÜR
DAS UNTERNEHMEN“**

Methoden, Erfahrungen, Ergebnisse

Berichte aus der Betriebswirtschaft

Gustav Breitzkreuz

Begeisterte und kompetente Kundenberatung

Methoden, Erfahrungen, Ergebnisse

Shaker Verlag
Aachen 2004

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

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

Copyright Shaker Verlag 2004

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-2743-1

ISSN 0945-0696

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

INHALTSVERZEICHNIS

Danksagung.....	9
Vorwort.....	11
1. Faktoren der begeisterten Kundenberatung/Kundenverhandlung.....	13
1.1 Begeisterung und Motivation als eines der Hauptfaktoren erfolgreicher Kundenberatung/Kundenverhandlung.....	15
1.2 Rhetorische Fähigkeiten des Mitarbeiters / Kundenberaters	
- Prämisse der Kundenbegeisterung.....	23
1.2.1 Stimme.....	24
1.2.2 Sprache	25
1.2.3 Körpersprache in Form von Gestik, Mimik und Körperhaltung... ..	26
1.2.4 Rhetorik am Telefon.....	29
1.3 Konnex zwischen Begeisterung, Rhetorik und Kompetenz.....	35
1.4 Begeisterung der Mitarbeiter / Kundenberater setzt Motivationen durch die Unternehmensleitung voraus (Motivationsparameter)...	38
1.4.1 Befragungsmodell für Mitarbeiter zur Arbeitszufriedenheit.....	42
1.5 Zusammenhänge zwischen begeisterte Kundenberatung/ Kundenverhandlung und dem Image des Unternehmens.....	45
1.5.1 Zusammenhang zwischen begeisterter Kundenberatung / Kundenverhandlung und dem Image des Unternehmens.....	45
1.5.2 Zusammenhang zwischen der begeisterten Beratung, dem Image des Unternehmens und dem Preis- Leistungsangebot.....	49

1.5.3 Image des Unternehmens und der Zusammenhang zwischen der begeisterten Kundenberatung und der Produkt- und Leistungsqualität.....	51
1.5.4 Zusammenhang zwischen der begeisterten Beratung, dem Image des Unternehmens und den Serviceleistungen.....	53
1.5.5 Zusammenhang zwischen der begeisterten Beratung, dem Image des Unternehmens und der Kundenzufriedenheit.....	56
1.5.6 Zusammenhang zwischen der begeisterten Beratung, dem Image des Unternehmens und der Stammkundenbetreuung, der Kundenbindung und der Neukundengewinnung.....	60
1.5.6.1 Stammkundenbetreuung.....	60
1.5.6.2 Kundenbindung.....	61
1.5.6.3 Neukundengewinnung.....	62
2. Kompetenz des Mitarbeiters / Kundenberaters - Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Kundenberatung / Kundenverhandlung.....	65
2.1 Anforderungsfelder an den Mitarbeiter / Kundenberater.....	65
2.1.1 Psychologische Anforderungen.....	65
2.1.2 Didaktisch – methodische Anforderungen.....	70
2.1.3 Anforderungen an die Kompetenz (Fachliches Wissen und praktische Erfahrungen).....	73
2.1.4 Das Persönlichkeitsbild und Leistungsprofil eines Beraters.....	75
2.2 Erfolgreiche Ablaufprozesse – Verhandlungsstrategien – Kundenaufträge durch Begeisterung, Kompetenz des Beraters und dem Image des Unternehmens (Handlungsanleitung).....	79
2.2.1 Erfolgreicher Ablaufprozesse einer Kundenberatung (zeitlich-organisatorische Ablaufplanung).....	80

2.2.2	Erfolgreiche Verhandlungsstrategien.....	85
2.2.2.1	Vorbereitung.....	85
2.2.2.2	Eröffnung.....	87
2.2.2.3	Verhandlungsstrategien.....	88
2.2.2.4	Einigung und Kundenauftrag.....	93
2.2.2.5	Nachbereitung einer Verhandlung.....	95
2.2.3	Kundenservice in Verbindung mit dem Kundenauftrag.....	97
2.2.4	Bearbeitung von Reklamationen in Verbindung mit dem erworbenen Produkt oder mit der Erfüllung des Dienstleistungsauftrages.....	99
2.3	Management der Kundenberatung und Kundenzufriedenheit.....	102
2.3.1	Management der Kundenberatung und Kundenzufriedenheit als Gesamtanliegen des Unternehmens.....	102
2.3.2	Kundenberatermanagement.....	104
2.3.3	Management der Kundenzufriedenheit.....	105
2.3.4	Management von Kundenunzufriedenheit.....	107
2.4	Befragungsmodell über Kundenzufriedenheit.....	111
2.4.1	Fragebogen zur produkt- oder dienstleistungsbezogenen Kundenzufriedenheit eines Unternehmens.....	113
2.4.2	Fragebogen zu kundenberaterbezogenen Befragungen eines Unternehmens.....	114
2.4.3	Fragebogen zu servicebezogenen Fragen eines Unternehmens.....	115
2.4.4	Fragebogen zur reklamationsbezogenen Befragung eines Unternehmens.....	116

2.4.5 Unternehmensbezogener Fragebogen zur Kundenzufriedenheit der Kunden eines Baumarktes.....	117
3. Analyse, Bilanz und Auswirkungen der Beratertätigkeit.....	119
3.1 Analyse und Bilanz der Beratertätigkeit.....	119
3.2 Ökonomische und psychologische Auswirkungen auf das Unternehmen.....	138
4. Beispiel des Unternehmens perfecta über begeisterte und kompetente Kundenberatung/Kundenverhandlung und deren Auswirkungen auf das psychologische und ökonomische Ergebnis.....	141
4.1 Unternehmensdarstellung von der Entstehung bis zur Gegenwart.....	141
4.2 Wie wirkt sich eine begeisterte und kompetente Kundenberatung / Kundenverhandlung auf das Image des Unternehmens aus?.....	145
4.3 Wie werden die Mitarbeiter durch die Unternehmensleitung motiviert und begeistert?.....	147
4.4 Wie das Unternehmen die Begeisterung und Kompetenz im Mittelpunkt der Kundenberatung / Kundenverhandlung stellt?.....	149
4.5 Befragungen über Kundenzufriedenheit.....	153
4.5.1 Auswertung der Befragung.....	156
4.5.2 Welche Auswirkungen hatte und hat die Begeisterung und Kompetenz der Berater und Arbeiter auf die psychologischen Komponenten und auf das Betriebsergebnis des Unternehmens?....	161
Literaturverzeichnis.....	163
Stichwortverzeichnis.....	164