

Gelebte Kundenignoranz

Vor einigen Tagen war ich privat in einer Shoppingmall unterwegs und erblickte durch Zufall im Schaufenster eines Stores ein Paar „Climacool“. In Erinnerung an vergangene Tage beim Studium haben mich die Schuhe spontan in den Laden gezogen. Was soll ich sagen? Drei jugendliche Mitarbeiter waren im Laden und ich guter Dinge, mir ein Paar „Climacool`s“ zu kaufen. Dafür wollte ich diese erst anprobieren und wie ich festgestellt habe, ist eine Größe 45 bei Adidas nicht mehr die, die es vor gut 15 Jahren noch war.

Beschwingt durch mein Schwelgen in der Vergangenheit hatte ich auch schon zwei von vier



Farben ausgesucht, die ich probieren und kaufen wollte (dank Studium ist dies ohne eine Woche Nudeln zu essen möglich). Also versuchte ich mir ein Paar Schuhe zum Probieren zu organisieren. Es war erst 10 min nach 10 Uhr und der jugendliche Filialleiter noch mit seiner Kasse beschäftigt, meine Anwesenheit hatte er noch nicht einmal bemerkt. Der andere Mitarbeiter war schwer damit beschäftigt seine Ausstellungswand mit frischer Ware zu dekorieren, hatte mich gesehen, sich aber lieber für die Schuhwand entschieden (frei nach dem Motto: „TEAM“ -Toll Ein Anderer Machts). blieb die dritte Mitarbeiterin, die

einen Herren beriet, der ihr augenscheinlich gefiel. Ich wurde bemerkt, aber nicht beachtet. Ich habe mehrmals versucht mich bei ihr bemerkbar zu machen, als sie für den jungen Mann Schuhe aus dem Lager holte. Es nützte nichts, ich schien an diesem Tag wie Luft zu sein und für Keinen von Interesse.

Nach 11 Minuten habe ich das Geschäft verlassen, frustriert und ohne „Climacool`s“. Der junge Mann verließ ebenfalls das Geschäft, 10 Minuten später und auch ohne neue Schuhe. In meinem Frust und in meinem Anflug von Nostalgie habe ich ein anderes Sportgeschäft aufgesucht und nach den „Climacool`s“ gefragt. Diese hatten sie leider nicht, aber nun stand ich vor den Sportschuhen und mir fiel ein, dass meine nicht mehr die Besten sind. Der aufgeschlossene Verkäufer behandelte mich freundlich und ging auf meinen Wunsch ein: „Ich suche ein Paar Laufschuhe so wie meine Asics´s an meinen Füßen, reinfahren und wohlfühlen.“ Er erkannte, was ich benötigte und zeigte mir zwei Paar zur Auswahl. Leider nicht in meiner optischen Wunschvorstellung, aber im dunklen Blau und mit dem Hinweis „Der Herbst kommt.“ Es fühlte sich gut an - der Schuh und das Gespräch. Also kaufte ich mir spontan ein Paar gute Asics´s zum Preis von 2 Paar „Climacool“. Das Ganze hat keine 5 Minuten gedauert, weil der Verkäufer einfach auf mich und meine Wünsche eingegangen ist. Er hatte eine Vertrauensbasis geschaffen und das obwohl er mich erst enttäuschte, da er keine „Climacool´s“ hatte.

Hätte ich dieses Sportgeschäft in meiner Heimatstadt, so würde ich beim nächsten Mal wieder hier meine Laufschuhe kaufen, da eine Vertrauensbasis entstanden ist.

So einfach geht Kundenbindung, dafür braucht es nicht immer ein Programm. Der weiche Faktor Vertrauen – er ist grundlegend und entscheidend, um Kunden dauerhaft zu begeistern und an sich zu binden.

Mal ganz ehrlich: Wann haben Sie sich das letzte Mal gezielt das Feedback von Ihren Besuchern und Kunden in Ihrem Geschäft eingeholt? Kennen Sie wirklich deren Wünsche oder meinen Sie diese nur zu kennen?

Warum ist dies so wichtig? Weil es nicht hilfreich ist, ohne die Wünsche Ihrer Kunden zu kennen ein Kundenbindungsprogramm zu initiieren. Der erste Schritt ist die Analyse der Kundenwünsche.



Befragen Sie Ihre Kunden und trauen Sie und Ihre Mitarbeiter sich, gezielt eine Kundenmeinung einzuholen. Sprechen Sie Ihre Kunden aktiv an, denn nur wenige melden sich unaufgefordert bei Ihnen.

Die kleine Anekdote sollte Sie zum Nachdenken im täglichen Umgang mit Ihren Kunden und deren Wünschen anregen.

Auf unserer Facebookseite <https://www.facebook.com/ConventaUnternehmensberatung> finden Sie bald weitere Beiträge zum Thema Kundenbindung.

Ihr

Bernd Holzmüller
Beratungsspezialist für Unternehmensfinanzierung

**Kontaktformular – bitte per Fax 06182-928-2508 oder per Mail
nicole.baumann@conventa.de zurücksenden!**

CONVENTA Unternehmensberatungsgesellschaft mbH
Nicole Baumann
Nord-West-Ring-Str. 11
D-63533 Mainhausen

Dieser Artikel hat unser Interesse geweckt...

- Kundendaten sammeln**
 - Mitarbeiter als Kundenmanager**
 - Kundenbewertung im Netz**
 - Kundenwünsche**
 - Kundenzentrierte Kennzahlensysteme**
-

- Bitte geben Sie uns Bescheid sobald ein Workshop zu diesem Thema angeboten wird.**
- Wir haben Informationsbedarf und bitten um Rückruf**

Telefonnr.: _____ **Ansprechpartner:** _____

Name des Unternehmens: _____