



Damit optimieren Sie die Kommunikation mit Ihren Kunden und stabilisieren die Kundenbindung:

1. Animieren Sie den Kunden zu einem Dialog, fordern Sie sein Feedback zu Ihren Produkten, Service, Dienstleistung.
2. Beteiligen Sie ausgewählte Kunden an der Entwicklung von Innovationen.
3. Pflegen Sie eine offene und ehrliche Kommunikation mit der Region, in der Ihr Unternehmen ansässig ist (Standortmarketing). Das hat eine positive Wirkung auf die Personalbeschaffung.
4. Seien Sie immer verständlich! Kommunizieren Sie so, dass der Kunde die für ihn relevanten Informationen auch so versteht, wie Sie diese gesendet haben. Fachchinesisch hilft weder Ihrem Image, noch dem Verständnis. Vermeiden Sie eine Imponiersprache, die mit Fremdwörtern, Modewörtern und Neuhochdeutsch durchsetzt ist.
5. Bei der Flut von E-Mails, die jeden Tag über Ihre Kunden hereinbricht, gehen wertvolle Informationen verloren. Nutzen Sie den persönlichen Kontakt, das Telefon und auch wieder mal den konventionellen Brief. Der fällt heute wieder auf.

Es ist heute nicht mehr möglich, Kundenzufriedenheit allein durch ein exzellentes Produkt zu realisieren.

Überprüfen Sie Ihre Außenwirkung:

- ▶ Wie kommuniziert das Management und die Mitarbeiter mit der Öffentlichkeit?
- ▶ Welches Bild hat die Öffentlichkeit von Ihrem Unternehmen?
- ▶ Gelten Sie als offen und ehrlich?
- ▶ Gelten Sie als innovativ oder konservativ?
- ▶ Halten Ihre Kunden Ihr Unternehmen für partnerschaftlich oder abgehoben? Haben Sie Ihre Kunden danach befragt?
- ▶ Halten Sie Ihren Kunden auf dem aktuellen Stand, z. B. mit regelmäßigen Kurz-Infos über Neuentwicklungen, Trends, Veränderungen.

Der Mensch, der sich als Meister zu fühlen beginnt, vermag keine Fortschritte mehr zu erzielen. Seine persönliche Entwicklung wird durch Selbstzufriedenheit behindert!