

ZUKUNFTS LETTER

Der Zukunftsletter gibt ausschließlich die aktuelle Einschätzung des Autors Prof. Dr. Werner Beutelmeyer, market Institut, wieder.



QUALITÄTSHANDWERK BRAUCHT WEITEREMPFEHLUNG

Wenn Sie zufrieden waren, dann empfehlen Sie uns weiter. Ist diese Aufforderung unpassend? Das gehört sich doch nicht. Das ist „fishing for compliments“ und ziemlich aufdringlich. Zufriedene Kunden sind ein Auftrag, eine Selbstverständlichkeit, aber da noch nachzubohren und sogar eine Weiterempfehlung zu erbetteln, das gehört sich wirklich nicht.

Wer so denkt ist von gestern oder von vorgestern. Jeder Unternehmer ist auf Feedback vom Markt angewiesen. Nichts ist spannender und wegweisender als beispielsweise eine Reklamationsstatistik. Unternehmen die keine Kundenreaktionen haben, sind äußerst gefährlich unterwegs. Sie befinden sich nämlich im Blindflug. Kunden-Feedback zeigt, wo man Veränderungsbedarf hat, welche Entwicklungsschritte anstehen, was man vom Markt lernen kann, in welche Richtung und mit welchem Tempo sich der eigene Markt verändert.

Kundendialog wird immer wichtiger

Ein Unternehmen ist ein lernendes, sich ständig veränderndes, kundenorientiertes System. Folglich – nichts ist wichtiger als das ehrliche Urteil der Kunden. Lernen, verändern, Innovationen schaffen sind die zentralen Erfolgsgugenden und dazu kommt noch eine neue Qualität im betrieblichen Prozess – die Weiterempfehlung. Diese entsteht ebenfalls aus dem aktiven und gezielten Dialog mit dem Kunden. Die Weiterempfehlung setzt eine sehr hohe Kundenidentifikation voraus. Mit anderen Worten: Ist ein

Kunde begeistert, dann teilt er diese Begeisterung mit seiner Umgebung, mit seinem Freundeskreis. Angenommen ich lasse mir auf meiner Kühboden-Jagdhütte im Hintergebirge einen neuen Kachelofen setzen und ich bin nach der Fertigstellung so richtig begeistert. Schwärme vom neuen Stück. Genieße das Knistern des Holzes im Ofen und erfreue mich an der rustikalen jagdlichen Kachelmalerei. Streichle mit meinen Blicken die Keramikoberfläche. Dann ist es unvermeidlich, dass ich meinen Gästen und Freunden voll Stolz den neuen Kachelofen in vollendeter Handwerkskunst präsentiere und bewundern lasse. Und damit mache ich allerfeinstes Empfehlungsmarketing für meinen Hafner und sein Qualitätshandwerk.

Wenn der Kunde selber weiterempfiehlt, dann...

... ist das Ausdruck von Kundenbindung und Wertschätzung. Diese Wertschätzung ist ansteckend und verführt. Die hohe Qualität dieser Verführung liegt in der Glaubwürdigkeit. Wenn ich meinen Hafnermeister lobe und weiterempfehle ist es absolut unverdächtig. Wenn dieser aber große Werbeanzeigen schalten muss und dann vielleicht noch auf günstige Aktionspreise verweist, dann wird es höchst verdächtig. Dieser Unterschied in der Qualität der (Werbe-) Botschaft ist nicht zu unterschätzen, denn wir haben inzwischen eine Misstrauensgesellschaft. Und die Wirkung der Werbung hat deshalb in den letzten Jahren deutlich nachgelassen. Es mangelt an Aufmerksamkeit für Werbung und typische Werbung ist „durchsichtig“, sie

will ja verkaufen und ist damit unglaublich unwürdig.

Resultiert hohe Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit

Folglich sind diese Kunden, die besonders zufrieden sind, sich also begeistert zeigen, wichtige „Vertriebshelfer“, also aktive Verkaufsunterstützer. Damit steht außer Zweifel, dass diese Kunden einer besonderen Rundumbetreuung bedürfen und dass sie vor allem auch selektiert werden müssen. Beides geht ganz einfach. Erstens: Fragen Sie nach jedem mittleren oder größeren Auftrag die Zufriedenheit und einige wenige weitere „Kaufprozesskriterien“ ab. Gemeint ist damit beispielsweise die Erfüllung des Timings, die Servicequalität, die Beratungsleistung, die Sauberkeit, die Qualität der handwerklichen Ausführung etc.. Aber fragen Sie auch die Gesamtzufriedenheit ab und zwar nach Schulnoten von Eins bis Fünf. Alle, die Ihnen einen lupenreinen Einser geben sind die wertvollen Weiterempfehlen. Deren E-Mail-Adresse und Telefonnummer unbedingt aktualisieren. Diese Gruppe ist immer wieder zu kontaktieren, auf Hausmessen einzuladen, für Kundene-

**Trends, Impulse
Perspektiven -
ein spezielles Service
Ihrer Landesinnung**

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖBERSTERREICH
GEWERBE - HANDWERK



HANDWERK STATT MUNDWERK.
Wo Handwerk draufsteht, ist Kopfarbeit drin

ZUKUNFTS LETTER

vents besonders vorzumerken. Machen Sie das online, da gibt es einfache technische Lösungen für Ihre ganz individuelle Kundenbefragung (z.B. LimeSurvey, SurveyMonkey). Lassen Sie Ihre Arbeit bewerten und gehen Sie mit Kritik offen und kulant um. Jeder der kritisiert hilft Ihnen bei der Verbesserung der Prozessqualität. Er macht Sie besser und wettbewerbsfähiger.

Note Eins auf Kundenzufriedenheit – Ihr Fanclub

Von den weniger Zufriedenen lässt sich viel lernen, da zeigt sich was man besser machen kann. Vor allem ab Note Befriedigend gibt es erheblichen Lernspielraum. Inzwischen ist die E-Mail-Adresse zum wichtigsten Bindeglied zum Kunden geworden. Die Mailadresse ist auch ziemlich stabil, Handynummern haben sich in der Vergangenheit häufiger geändert. Und bis dato gilt: Eine kurze E-Mail ist weniger aufdringlich als ein Telefonat.

Kunden-E-Mail-Adressen sind goldes wert

Gut gewartete und gepflegte Kundenadressen sind von unschätzbarem Wert.

Sie erfordern auch regelmäßige Zuwendung. Erster Schritt: Legen Sie sich eine elektronische Kundendatei an und arbeiten Sie ständig mit dieser Datei. Mit anderen Worten, ergänzen Sie ständig die Datei mit Interessenten und führen Sie regelmäßige Updates der Kontaktdaten durch. Werten Sie die Kontaktdaten mit individuellen Informationen auf, wie zum Beispiel persönliche Interessen, Typologisierungen in Bezug auf Wohnen, Einkaufen etc.. Wichtig: Mindestens einmal pro Jahr sind die Adressen zu überprüfen und gegebenenfalls zu aktualisieren.

Qualitätshandwerk hat Zukunft...

Handwerk- und Gewerbeunternehmen haben es derzeit nicht leicht. Das konjunkturelle Umfeld war schwierig. Es hellt sich allerdings in Richtung zweiter Hälfte des Jahres 2014 auf. Deutlich mehr Österreicher haben für den Herbst wieder größere Investitionen vor (Abb. 1). Langfristig wird das Qualitätshandwerk an Bedeutung gewinnen, weil der gesamtgesellschaftliche Zukunftstrend in Richtung „Verlust von handwerklichen Fertigkeiten“ geht. Der urbane Zukunftsmensch wird mehr und mehr zur hand-

werklichen Niete.

... weil der urbane Zukunftsmensch eine handwerkliche Niete ist

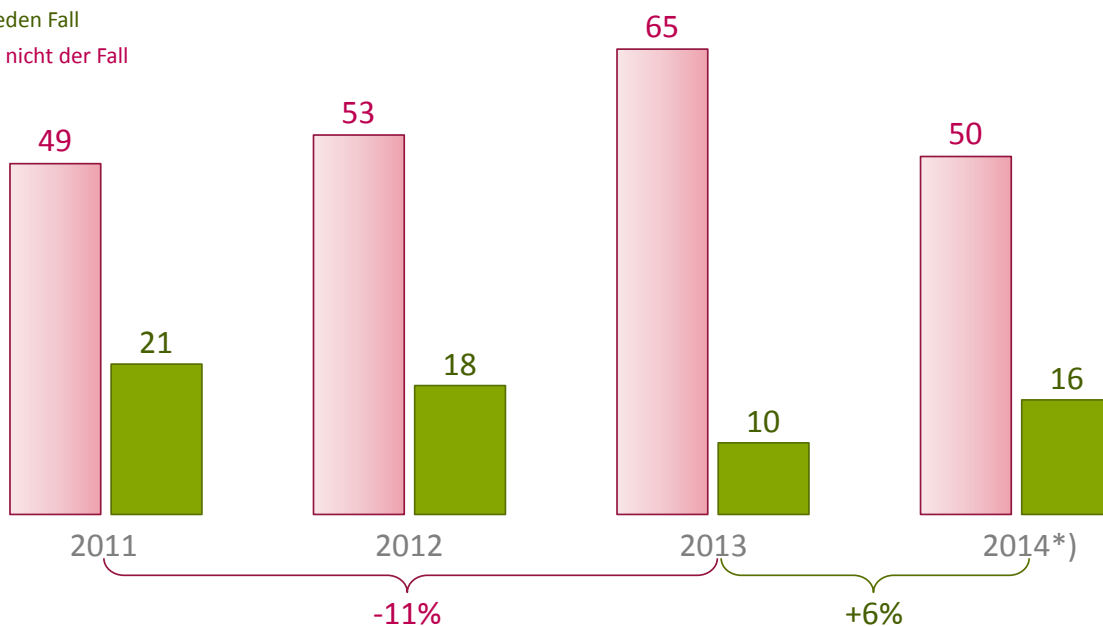
Er kann selber im Haushalt fast gar nichts mehr machen, ist überfordert und hat keine Zeit. Der praktisch veranlagte und zupackende „Häuslbauer“ ist zum Auslaufmodell geworden. Professionalität und perfektes Timing sind gefragt und werden noch wichtiger. Das sind die Chancen für Handwerk- und Gewerbebetriebe. Nur müssen Sie raus aus der Werkstätte, hin zum Kunden. Kundennähe ist gefragt. Das market-Institut hat vor einiger Zeit Möbelkäufer gefragt, ob sie wissen wo in der Nähe ein Tischler zu finden ist. Das Ergebnis war ernüchternd. Nur ein sehr geringer Prozentsatz konnte ein Tischlerunternehmen nennen. Wenn man schon nicht bekannt ist, wie soll man dann überhaupt für eine Anfrage bzw. ein Angebot in Betracht gezogen werden? Fazit: Qualitätshandwerker und Gewerbebetriebe müssen raus aus der geliebten Werkstätte. Nicht die Produktion sondern der Kunde steht im Mittelpunkt.

Talsole durchschritten

Abb. 1:

Private Investitionen nehmen wieder zu

- Ja, auf jeden Fall
- Nein, ist nicht der Fall



Frage: Haben Sie vor, im nächsten Jahr (Halbjahr) größere private Investitionen zu tätigen, d.h. planen Sie größere Anschaffungen bzw. auch Umbau-/Renovierungsarbeiten oder ist das nicht der Fall?

*) für 2. Jahreshälfte 2014 abgefragt

Dokumentation der Umfrage MA718

n=405, Online Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 18 Jahren
Erhebungszeitraum: 8. Mai 2014; maximale statistische Schwankungsbreite n=405 +/- 5,00 Prozent

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 18 Jahren
(Ergebnisse in Prozent)

