

FOTOPROTOKOLL

“Fit in Kundenorientierung...
...so geht Service heute!”

31.05./01.06.2022
Stadtwerke Bernau





„Fit in Kundenorientierung
... so geht Service heute“

Mit:
Nathalie Demski
ND Consult



- ▶ Mein Name und Aufgabenbereich bei den Stadtwerken Bernau ist...
- ▶ Eine persönliche Stärke von mir im Kundenkontakt ist...
- ▶ Exzellenter Service bedeutet für mich ...
- ▶ Mein Traumberuf als Kind ...
- ▶ Heute geht es mir...

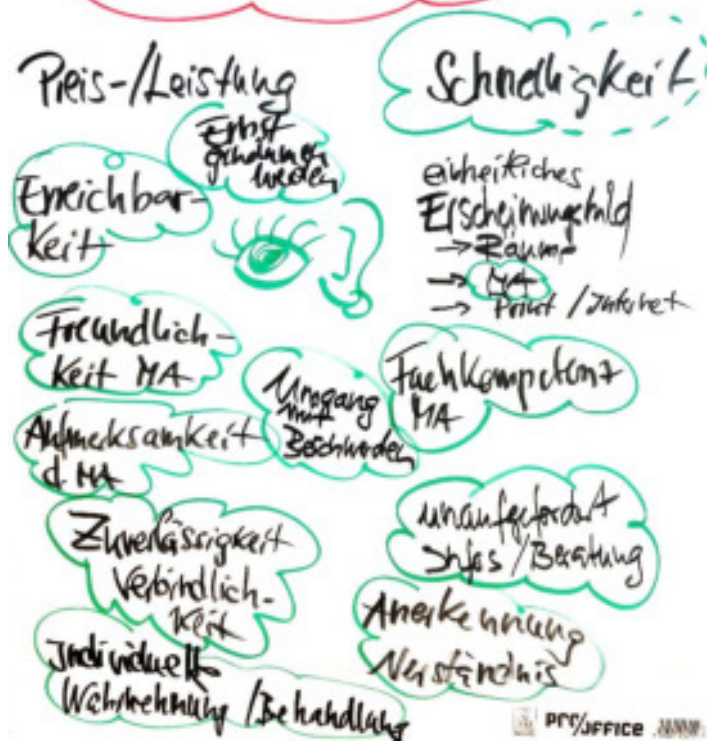


Unsere Themen...

- * Kompetenzen + Rollen des Service-Profis
 - * Grundlagen der Kommunikationspsychologie
 - * Kundenorientierung in der eigenen Praxis und „Fremdgehen“ in anderen Branchen
 - * Werkzeuge für aktive kundenorientierte Gesprächsführung
 - * Umgang mit emotional aufgeladenen Kunden
- ⇒ Sensibilisierung für das eigene Verhalten
Ausprobieren + kollegiales Feedback

MOTTO: „Miteinander... Füreinander...
...Voneinander... Mit Spaß!“ 😊

Mit den Augen / Ohren des Kunden...



PROFFICE

Elemente der Kundenorientierung...

Kundenbedürfnisse

Kunden-
bindung



Kunden-
zufriedenheit

Kundenbegeisterung

Aufbau-/Ablauforganisation

Change-
management
'Agilität'



Service Level
Agreements
(SLA's)

Qualitätsmanagement

Kunden-/Lieferanten-
Beziehung (KLB)

Service-
kompetenz

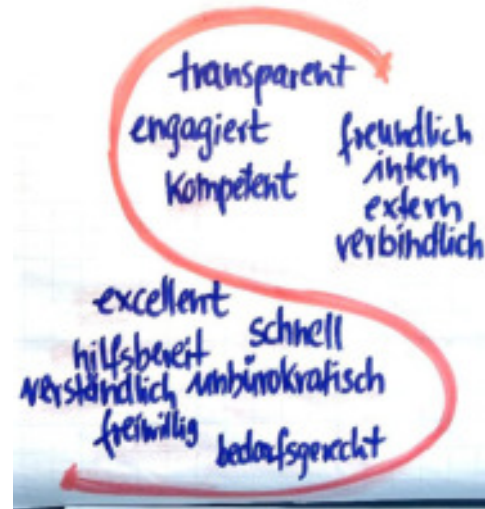


Problemlösungs-
Kompetenz

Service- u. Rollenverständnis

SERVICE...

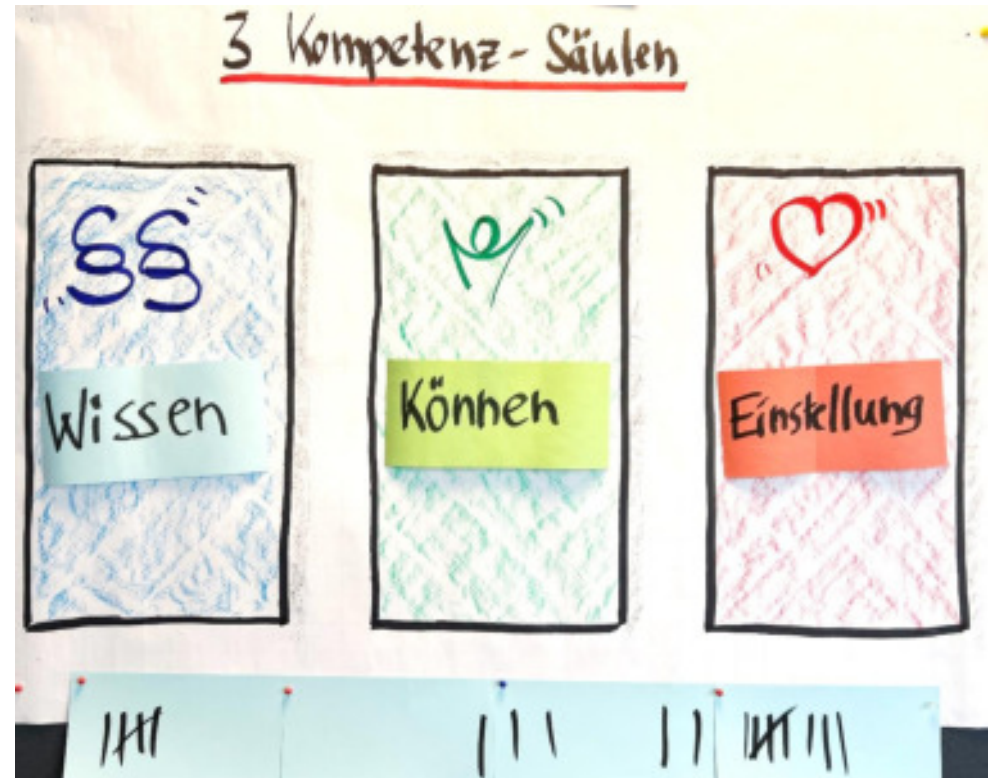
„... ist die Gesamtheit aller nach innen und aussen gerichteten Unternehmensleistungen mit dem Ziel, Kunden zu gewinnen, zu binden und zu begeistern.“



Kundenorientierung
mathematisch...

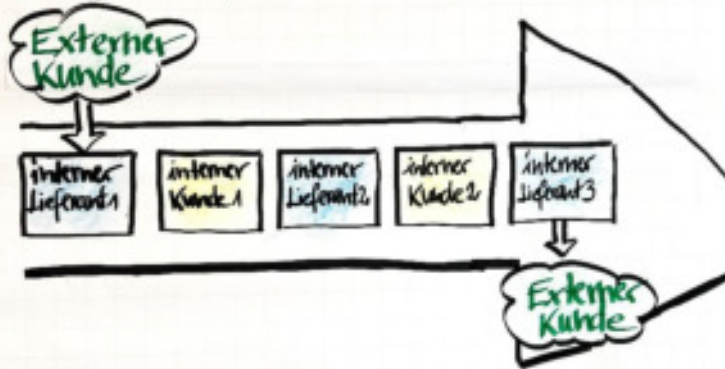


$$\text{Kunden-} \\ \text{Zufriedenheit} = \frac{\text{Wahrgenommene} \\ \text{Produktqualität} \\ \text{bzw. Dienstleistung}}{\text{subjektive} \\ \text{Erwartungen}}$$



Rollen der internen Kundenorientierung

⇒ Sequenzintegrierte Beziehung



- ... entwicklung der Geschäftsprozesse
- ... miteinander verknüpfte Leistungen in der Wertschöpfungskette
- ... z.B. Entwicklung eines neuen Produktes, Bearbeitung einer Kundenanfrage, Abwicklung eines Kundenauftrages

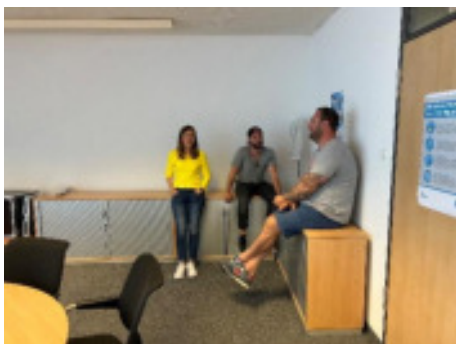
Interne Kundenorientierung

... gilt als Voraussetzung für die Ausrichtung des Unternehmens am externen Kunden.

... Kundenzufriedenheit wird somit zum zentralen Kriterium für die internen Prozesse eines Unternehmens.

Diese bilden ein Komplexes Netzwerk aus internen Kunden-Lieferanten-Beziehungen. (KLB)





Wirkung & Glaubwürdigkeit

Persönlich
KÖRPER SPRACHE ~55%
 Mimik, Gestik
 Kleidung, Blickkontakt,
 Gehen

WIE ~38%
 Stimmlage
 Ausspracheweise
 Wortwahl, Verständlichkeit
 Fragen, Wdh., Dialekt/Akzent
 Lautstärke, Tempo

WAS ~7%
 Inhalt

WIE ~88% **WAS** ~12%



Begrüßung

gestellte Fragen / Rückfragen
Absicherung

Geduld

Zuhören
Aussagen lassen

Namen R. Ansprechbar

Service-Kompetenz
Gesprächsführung ---

Jury der Kundenorientierung
bei 'Camping International'

Wie kundenorientiert finde ich
das Gesprächsverhalten
des Mitarbeiters?



Kommunikationspsychologie

Service-Kompetenz = Kommunikationskompetenz



Kommunikation:
Wirkung
nicht
Absicht

Sachliche Ebene

Zahlen
Daten
Fakten

→ Dat.
→ Name

Bewusste Ebene

RAHETORIK

→ Gesprächs-
techniken

Unbewusst Ebene

EMOTIONEN

→ Neugier
→ Ablehnen

Rhetorik:
Absicht
Wirkung zu erzielen

Der ideale Gesprächsverlauf

N2-3xName

- 1.) **Begrüßung**

<u>Inbound</u>	<u>Outbound</u>
1. Tagesgruß	1. Tagesgruß (+Name)
2. „SW Bernau“	2. Eigener Name
3. Eigener Name	3. „SW Bernau“
- 2.) **Situationsklärung**

→ Fragen	→ Ausreden lassen → Aktives Zuhören
----------	--
- 3.) **(Lösungs-) Präsentation**

→ Überzeugungskraft
- 4.) **Gesprächsabschluss**

1.) Kurze Zw. fasung + weiteres Vorgehen	3.) Abschlussfrage (ges. Fragl)
2.) Vorgehen	4.) Abschiedsgruß

Fragetechniken

Offene Fragen (W-Fragen)

→ Komplexe Infos → Dialog herstellen

Wer/was/wann/wie/
Wo/welche/s/v/a/ue/wann/
warum, wodurch...
Wieso/weshalb/warum

Was ist der Grund...
Wie kam es dazu...
Wie genau ist passiert...
Was hat Dich daran gehindert...

Geschlossene Fragen JA/NEIN

- Kontrollfrage - Absicherungsfrage

Alternativ-Fragen

- Entscheidungshilfe

... das ... oder ... das

Wer fragt,
führt + lenkt



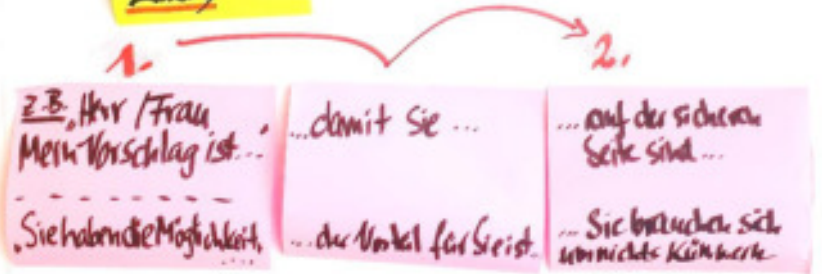
PROFFICE

Überzeugungskraft
mit MONA



Motivierende
Nutzen-
Argumentation

2-Satz
Lady



Ankerfrage
z.B.
- Was meinen Sie dazu?
- Haben Sie hierzu noch
Frage?




- Mein Vorschlag ist, beziehen Sie Strom und Gas kombiniert von den SW Bernau

dadurch profitieren Sie von dem Kombipreis und Sie sparen bares Geld. Was halten Sie davon?

- Unser Vorschlag ist, wechseln Sie zu den Stadtwerken Bernau damit Sie erhalten Sie eine persönliche kompetente Betreuung vor Ort.

Habe ich Ihre Interesse geweckt? (Wie wichtig ist Ihnen das?)

- ① Das Gute an den SW Bernau ist, dass wir Ihnen als regionales Unternehmen alles aus einer Hand anbieten. Sie profitieren von unseren Know-how und haben einen persönlichen Ansprechpartner. Haben Sie Fragen, dann melden Sie sich gerne bei uns. Worauf warten Sie noch?
 - ② Bewerben Sie sich gerne bei den SW Bernau, damit Sie aktiv die Energiewende mit uns gestalten können. Das ist Ihnen die Möglichkeit in einem jungen und dynamischen Team Ihr Wissen zu erproben und sich aktiv einzubringen.
- Ist Ihnen das wichtig?

1. Mein Vorschlag ist,  wählen Sie als AG die SWBe. Denn wir bieten kostenlos den besten Kaffee der Stadt!

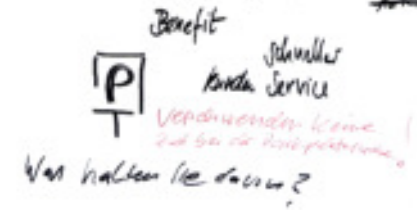
→ Das sorgt für ein angenehmes Arbeitsklima & somit ein Wohlbefinden!

Wie finden Sie das?



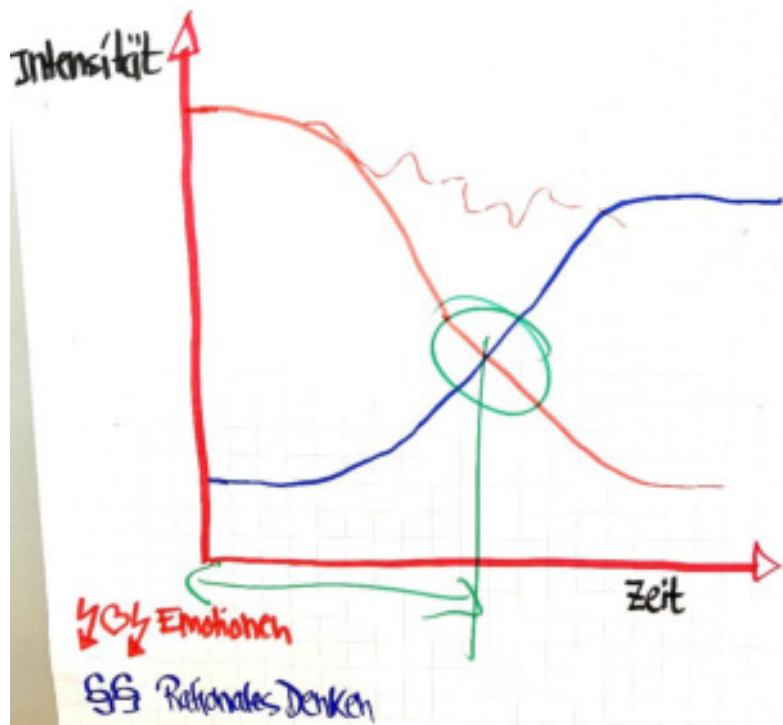
extern

Parkplatz f. kd. → kosten frei f. SW





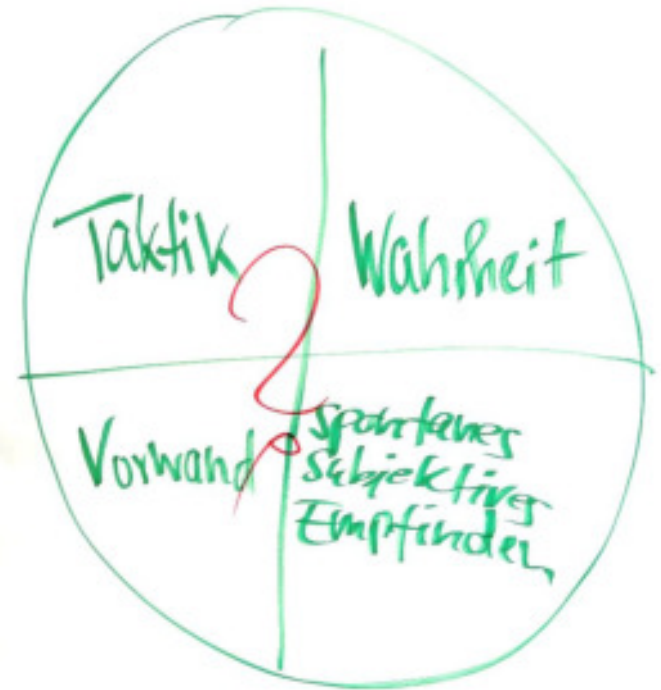
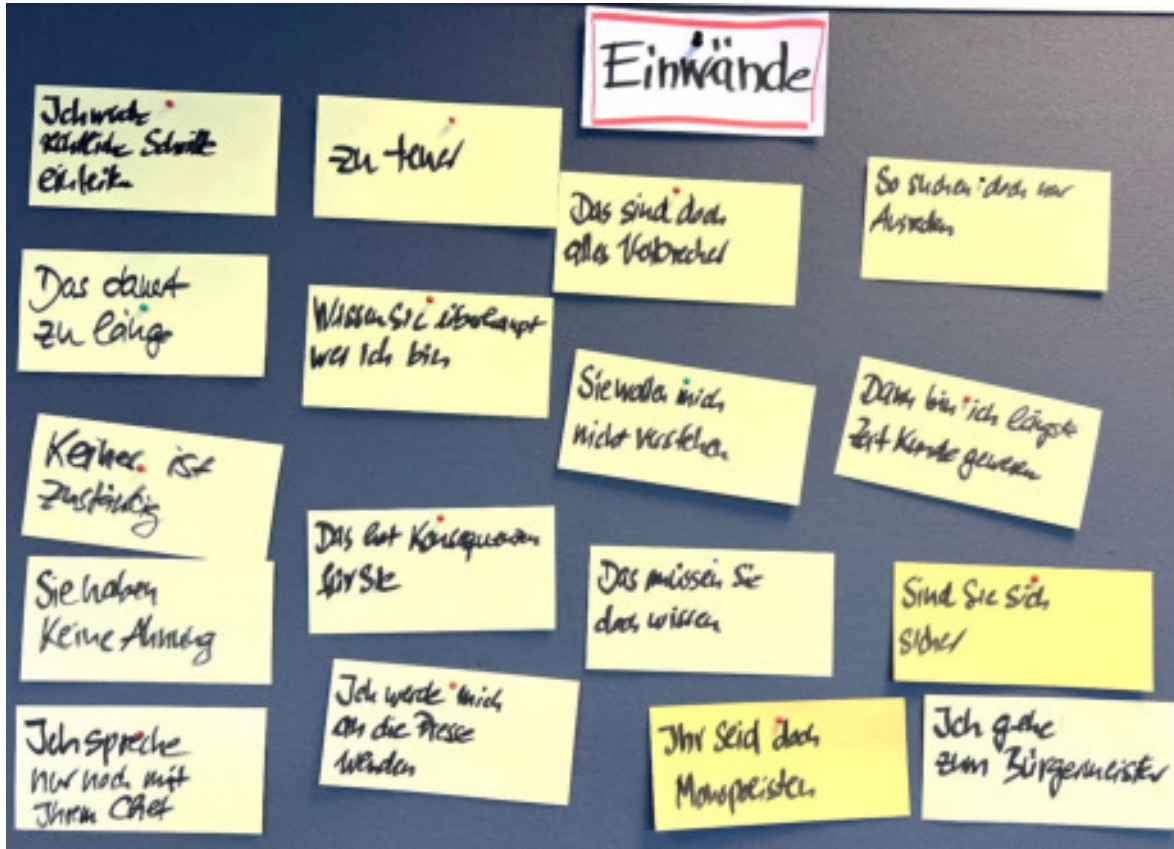
Neuronics: Gehirn und Verstand bei Unzufriedenheit

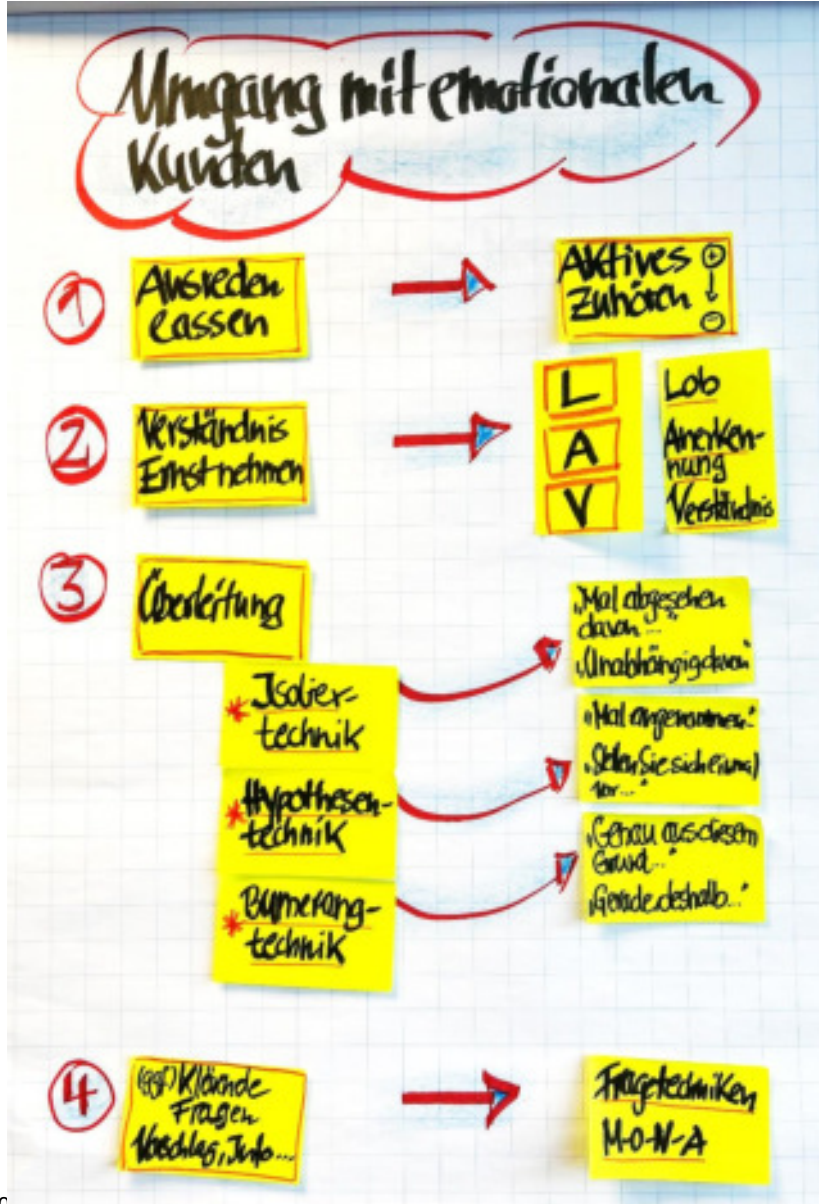


Reiz und Negativformulierungen

Wie ~~wär~~ Ihr Name
 Ja, ~~aber~~... und "Gleichzeitig"
 "müssen" → "unabhängig davon..."
 → "mein Tipp ist..."
 → Die Erfahrung zeigt...
 → es ist sinnvoll / erforderlich
 hilfreich...

Konjunktive
 (müde / könnte / müde)
 wäre..





Für den „guten Draht“ ... „Unsere Goldenen Regeln“

„Saubere
Visitenkarte“
Begrüßung

Ausreden
lassen

Namentliches
Ansprechen

Aktives
Zuhören

Fragen
statt
Sagen Aktive
Gesprächs-
führung

Nutzen
formulieren
(Kunden)

LAVs
"♡"

Service No-Go's

Karte Schütten
→ „Geben Sie mir erstmal die Antragsnummer!“

Belehren
→ „Ihre Angaben müssen Sie schon richtig machen.“

Persönlich nehmen
→ „Dafür kann ich doch nichts.“

„Ja, aber...“
→ „Das kann ich verstehen, aber Sie müssen...“

„Nest beschmutzen“
→ „Da haben wir immer Probleme.“

Schuld abweisen
→ „Das ist aber die Schuld von...“

Anzweifeln
→ „Das habe ich ja noch nie gehört... kann gar nicht sein.“

Abweisen
→ „Dafür ist aber... zuständig!“

Benutzen wollen
→ „Nun benutzen Sie sich, doch erstmal... ich hab' Sie ja verkauft.“

Rechtfertigen
→ „Bei uns muss halt auch gearbeitet werden.“

Besonderheiten der E-Mail...

Höchste Fehlerquote

Tempo

Junges Medium

Technische Besonderheiten



DIN 5008

Empfänger-Nähe

Dialog-orientierung

Email-Kommunikation

Einstimmung

Sympathieeffekt
„Ja“ zum Dialog

@
Betreff
„1. Satz“

Botschaft

- 1.) Motiv: Warum schreibe ich?
- 2.) Ausgangslage
ZST
- 3.) Ausführung
Abschwächung
- 4.) Folgerung: Was geht es den Empfänger an?
- 5.) Forderung
SOLL

Lesefreundlich
dialogorientiert
fehlerfrei
Wortwahl
verständlich
zeitgemäße
Schriftgröße

Abschluss

Letzter Eindruck
→ Positive Erinnerung
an Kontakt + Unternehmen

Formulierungsbeispiele:

► Begrüßung

Guten Tag
Hallo Herr Müller,
Lieber

► „1. Satz“

Besten Dank für Ihre
Nachricht.
Bitte entschuldigen Sie
unser Versehen.

► „Letzter Satz“

Ich freue mich auf Ihre
Antwort,
Vielen Dank für Ihre
Unterstützung.
Für Ihre Fragen bin ich
gern erreichbar.

► Verabschiedung

Viele nach Krottorf
Freundliche Grüße
Beste aus Salgitte



Sie sind der Anfang
Deiner Taten. ☺



FRANKE

Vielen Dank für Euer
Engagement und Eure
Mitarbeit!



Nathalie

