Praxistipps vom Experten (4): Mitarbeiter als Service-Faktor

Anzeigen schalten allein reichen nicht, meint unser Autor Michael Vivell
Foto: privat

Kundenerwartungen zu erfüllen, das reißt heute niemanden mehr vom Hocker. Sie müssen es schaffen, positiv aufzufallen und sich nachhaltig ins Gedächtnis Ihrer Kunden einzuprägen. Dies wird Ihnen aber nur bedingt durch die Schaltung von pfiffigen Werbeanzeigen gelingen. Nur wenn sich jeder Mitarbeiter der vollen Verantwortung des Service-Prozesses bewusst ist, werden Sie zusammen mit Ihrem Team erfolgreich sein.

Stellen Sie für einen bestimmten Zeitraum die Anzeigenschaltung in Ihrer Tageszeitung ein, und investieren Sie dieses Geld in eine hochwertige und sehr individuelle Betreuung Ihrer Kunden.

Machen Sie sich dabei klar, welche Kunden über viel Umsatzpotenzial verfügen und an welchen Kunden Sie am meisten verdienen (Ertrag minus Aufwand). Auch Multiplikatoren und Empfehler sollten besonders intensiv betreut werden.

Bei besonders guten Buchungen können Sie Ihren Kunden gegenüber eine sehr hohe Wertschätzung dadurch zuteil werden lassen, dass sich die Geschäftsleitung noch einmal persönlich für die Buchung bedankt – verbunden mit der Frage, ob der Kunde mit der Beratung zufrieden war (Qulitäts-Management). Wenn der Kunde spürt, dass die Mitarbeiter und die Geschäftsleitung seines Reisebüros an einem Strang ziehen, wird sich dies positiv auszahlen.

Mehr zum Thema „Ihr Service ist mehr wert“ am 24. Oktober 2007 im Seminar- und Tagungszentrum Schloss Lautrach. Weitere Informationen und Anmeldeformulare gibt es unter **www.michaelvivell.de**.