BDV JHV – Diskussionsrunde 26. November 2021

Basics der Kundenansprache im Erstkontakt:

- freundlich, höflich, interessiert
  - Starten Sie ruhig mit einem kurzen Small-Talk, allerdings ohne den Grund Ihres Besuchs aus den Augen zu verlieren. Stichwort: Authentizität
- kurz und knapp (Zeitmangel, beschäftigter Kunde)
  - Sie müssen es schaffen, den Kunden ausreichend mit den relevantesten Informationen zu versorgen, ohne zu viel seiner Zeit in Anspruch zu nehmen.
  - Vergleichbar mit sogenanntem „Elevator Pitch“: Im Aufzug in wenigen Sekunden etwas verkaufen.

AIDA Formel:

https://karrierebibel.de/elevator-pitch/

https://asana.com/de/resources/elevator-pitch-examples

Key Beispiele aus der Diskussionsrunde inklusive Erklärung:

„weil es gut für den MA ist“

- Grundgedanke „Mitarbeiterzufriedenheit“ sehr gut, Formulierung allerdings ohne Substanz
- Potenzielle Rückfrage vom Kunden: „Aber was bringt es mir? Was habe ich davon?“
- Alternative Formulierungen:
    - „Die Kaffeepause im Büro hat positive Auswirkungen für Sie als Arbeitgeber*in. Wussten Sie, dass das Beisammensein in der Kaffeeküche die Kreativität anregt und den Austausch zwischen Ihren Mitarbeiter*innen fördert? Auch der Zusammenhalt im Team wird so gestärkt.“
    - „Zufriedene Mitarbeiter*innen sind authentische Markenbotschafter. Mithilfe unserer Dienstleistung wächst genau diese Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter*innen. Sie arbeiten dadurch effizienter, sind produktiver und tragen die Botschaft Ihres Unternehmens in die Welt. Und davon profitieren Sie.“

„weil Dienstleistung Geld kostet“
„weil ordentlicher Service Geld kostet“

- Diese Aussage klingt nach einer Rechtfertigung, die nicht nötig ist.
- Die Wertigkeit und Qualität Ihrer Dienstleistung muss positiv dargestellt werden.
- Alternative Formulierungen:
    - „Wir bieten Ihnen eine hochwertige Dienstleistung an. Sie können sich darauf verlassen, dass die Maschine immer im besten Zustand, top gewartet und sauber ist. Das fördert übrigens auch die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter*innen und führt zu effizienterem Arbeiten.“
    - „Schauen Sie sich einmal in der Welt um, alles wird teurer. Es wird richtigerweise immer mehr Wert auf eine nachhaltige Lebensweise gelegt. Wir müssen – und wollen – da natürlich mitziehen. Und das hat auch bei uns, dem Anbieter einer hochwertigen Dienstleistung, seinen Preis.“

„weil MA besser arbeiten, statt Kaffee zu kochen“

- Stark negative Konnotation
    - Wichtig: immer positiv bleiben/sprechen
- Alternative Formulierungen:
    - „Der Kaffee ist zu jeder Zeit und für jeden Mitarbeiter/jede Mitarbeiterin individuell nach Vorliebe verfügbar. Das spart Zeit und Ihre Angestellten können sich auf ihre Arbeit konzentrieren.“
    - „Mithilfe unserer Dienstleistung/unseren Automaten nimmt das Konfliktpotenzial im Büro ab. Sätze wie ‚Wer hat den letzten Kaffee genommen und keinen neuen nachgekocht?‘ werden Sie nicht mehr hören.“

Weitere Beispiele aus der Diskussionsrunde:

Original:
Wir nehmen Ihnen Arbeit ab.
Mit uns sind Sie die Sorgen um die Mitarbeiterversorgung los.

Alternative:
Mit unserer Hilfe können Sie sich auf Ihre Kernkompetenz in der Unternehmensführung konzentrieren. Um die Mitarbeiterversorgung brauchen Sie sich keine Gedanken mehr zu machen.

Original
Wenn Sie Ihre Mitarbeiter wertschätzen, hören Sie mir zu.

Alternative:
Wir wissen, dass Sie Ihre Mitarbeiter*innen sehr schätzen und sich sicherlich auch Gedanken um die Kaffeeversorgung machen. Wir können Sie dabei mit unserer hochwertigen Dienstleistung unterstützen, indem/denn wir …

Originale:
1. Nein, der Automat ist nicht kaputt, er bekommt heute wieder von uns seine Wellness-Packung!
2. Sind Sie zufrieden mit der aktuellen Verpflegung?
   Was können wir für Sie noch tun?
   Haben Sie noch besondere Wünsche?

Hier haben wir keine Beispiele vom ersten Kundenkontakt; es handelt sich vielmehr um die Ansprache bereits bestehender Kunden. Es ist sehr wichtig, die Beziehung zum Kunden nachhaltig zu pflegen. Es reicht nicht, den Kunden einmalig für sich zu gewinnen. Sie müssen sich also regelmäßig nach dem Befinden und der Zufriedenheit erkundigen. Oben genannte Beispiele aus der Diskussionsrunde sind schon sehr passend.

- Nummer 1: **Mit Witz an die Sache gehen**
  - Wenn Sie den Kunden kennen und einschätzen können, ist das ein toller Weg.
  - Bei Neukunden dagegen eher vorsichtig sein.
- Nummer 2: **Fragen zur Zufriedenheit und zu Wünschen stellen**
  - Sehr gut. Hier wird nicht nur nach dem aktuellen Stand gefragt, sondern weitergedacht. Gibt es etwas, was der Kunde sich wünscht, aber noch nicht hat? Eventuell kann so sogar Zusatzgeschäft generiert werden.