

# Sind wir ein sympathisches Unternehmen?

## Checkliste zur Kundenbegeisterung

Fragen zur Kontaktqualität:	trifft immer zu	trifft meist zu	trifft selten zu
1. Wir sind grundsätzlich guter Laune, im Einklang mit uns selbst, geprägt von unserem positiven Selbst- und Weltbild			
2. Jeder Kunde wird mit Lächeln begrüßt - auch am Telefon!			
3. Unser Auftreten ist immer konstruktiv, freundlich und höflich			
4. Wir sind in unserer Grundstimmung positiv, zuversichtlich, optimistisch. Wir sind sicher, daß der Geschäftspartner sich freut, mit uns Kontakt zu haben.			
5. Unsere Verkaufsunterlagen sind gepflegt, auf dem neuesten Stand und griffbereit.			
6. Jeder Kunde fühlt schon im ersten Augenblick, daß er bei uns willkommen ist.			
7. Der Kunde weiß von Anfang an, mit wem er spricht. Er kennt die „Kompetenz“ seines Gesprächspartners.			
8. Wir achten den Kunden, seine Meinung, seine Denkweisen und seine Werteordnung.			
9. Erscheinung, Sprache und Auftreten haben wir so gut trainiert, daß wir harmonische Gespräche führen, in denen der Kunde sich wohl fühlen kann.			
10. Schnelligkeit ist bei uns Trumpf. Klingelt das Telefon maximal dreimal? Wird ein Brief nach längstens zwei Tagen beantwortet oder mit einem Zwischenbescheid darauf reagiert? Erfolgt ein Rückruf nach längstens 20 Minuten?			
11. Flexibilität ist bei uns wichtiger als interne Organisation. ( <i>Keinesfalls</i> : „Das gibt es bei uns nicht“, „Das läßt sich bei uns organisatorisch nicht machen!“ <i>Sondern</i> : „Das werden wir sicher hinbekommen“ oder „Das ist eine Herausforderung, an der wir zeigen können, wie gut wir sind“)			
12. Wir sind so begeistert (vom Unternehmen, vom Produkt, vom Service, vom Nutzen den wir bringen), daß wir auch andere begeistern können.			
13. Wir sind lebendig, kreativ und abwechslungsreich. Wir haben immer wieder neue Ideen.			
14. Die Beziehung zum Kunden, die Dauerhaftigkeit und die Kontaktqualität ist für uns wichtiger, als die Umsatzhöhe.			
15. Wir kommen unseren Kunden entgegen: wir wissen, wann sie wieder Bedarf haben oder Informationen benötigen. Die Kunden müssen uns nicht „nachlaufen“			
16. Wir werten Reklamationen, Anfragen, Wünsche und Vorschläge unserer Kunden aus. Wir nutzen sie für Produkt - und Serviceverbesserungen. Wir beziehen die Kunden in unser kontinuierliches Verbesserungsprogramm aktiv mit ein.			