

# SERVICE

## KUNDENBINDUNG



# WAS DER KUNDE WIRKLICH WILL, SIND DREI DINGE:

## ERSTENS SERVICE, ZWEITENS SERVICE UND DRITTENS SERVICE

Mit Service bauen Sie eine Beziehung zu Ihren Kunden auf. Service sorgt für Kundenbindung, für Vertrauen, für das Gefühl des Kunden, ernst genommen zu werden in seinen Bedürfnissen und mit Service ersparen Sie ihrem Kunden Zeit, Aufwand und Geld. Also kümmern Sie sich um Ihre Kunden - um die schon bestehenden und um die, die es noch werden sollen.

Doch wie vermitteln Sie Ihren Mitarbeitern, Ihren Verkäufern, Beratern, dem Kundendienst und all denjenigen, die direkt mit dem Kunden zu tun haben, worauf es ankommt? Was Service bei Ihnen bedeutet? Wie das mit Kundenbindung und Kundentreue funktionieren soll und wie Sie Ihre Mitarbeiter darin unterstützen, wirklichen Service bieten zu können? Wo Service beginnt, aber auch wo Service aufhört?

Dialogbilder helfen Ihnen dabei, all dies so an Ihre Mitarbeiter und Führungskräfte zu kommunizieren, dass diese auch in schwierigen Kundensituationen ein Bild davon im Kopf haben, was jetzt zu tun ist. Das Ziel: Der zufriedene und begeisterte Kunde.

Sie zeigen Ihren Mitarbeitern mit Dialogbildern den Weg, die Richtung, die verschiedenen Möglichkeiten und Verhaltensweisen, ihren Spielraum, konkrete positive Beispiele oder auch das, was sie auf keinen Fall tun sollen.

Treten Sie mit Ihren Mitarbeitern in den Dialog über ihre Strategie und Serviceziele. So wie beispielsweise die Lufthansa AG. Sie nutzte ihr Dialogbild nicht nur für Trainings mit 17.000 Flugbegleiterinnen und Flugbegleitern, um deren Verhalten in schwierigen Situationen vor, während und nach dem Flug zu schulen. Mit dem Dialogbild ging Lufthansa direkt mit den Mitarbeitern in den Austausch, die ihre Kunden begleiten und damit entscheidend für die Zufriedenheit der Passagiere und deren Begeisterung verantwortlich sind.

Kundentreue stand im Mittelpunkt des Dialogbildes bei der Helvetia Versicherung. Sie erarbeitete mit Führungskräften bei einer Tagung am Matterhorn Schritt für Schritt die wichtigen Aufgaben hin zu mehr Kundentreue. Jeder Tagungsteilnehmer konnte sich mit seiner Vorstellung und seinen Ideen einbringen und ließ damit das Dialogbild weiter wachsen. Der Dialogbild-Illustrator, der die Ideen unmittelbar als Scribbles visualisierte, setzte schon während der Veranstaltung bei den Teilnehmern grafische Anker. So konnte eine besondere Identifikation der Führungskräfte mit dem Tagungsergebnis geschaffen werden. Die ideale Grundlage für den folgenden Roll-Out.

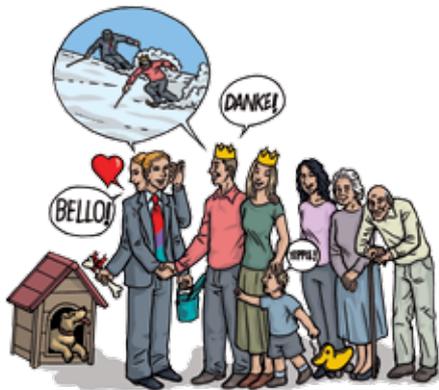




Für die Schweizer Versicherung Helvetia entwickelten wir ein Dialogbild zum Thema „Kundentreue“ während einer Führungskräfte-Tagung in Zermatt. Das Matterhorn lieferte dabei nicht nur ein faszinierendes

Panorama, sondern symbolisierte auch als fünft höchster Berg der Schweiz das Ziel der Helvetia, die fünft größte Versicherung zu werden. Während der zweitägigen Veranstaltung illustrierten wir

mit 120 Führungskräften via Live-Illustration den Weg hinauf aufs Matterhorn. Das Thema „Kundentreue“ spielte dabei auf Grund einer Kunden- und Außendienst-Befragung die Hauptrolle.



Ein guter Außendienst hat immer ein offenes Ohr und kennt seine Kunden genau. Das fängt bereits an der Haustür mit dem Namen des Hundes an.



Der Boxenstop symbolisiert die schnelle Bearbeitung der Kundenanliegen. Informationen müssen schnell und einfach verständlich sein.



Tritt ein Schadensfall ein, erwartet der Kunde eine schnelle und unkomplizierte Bearbeitung. Der Außendienst wird dabei kurzerhand zum Superman.



**Daniela Disler**  
Personalentwicklerin  
Helvetia Versicherungen

„Zusammen mit 120 Führungskräften haben wir in einer unterhaltsam moderierten Live-Illustration eine Dialogbild-Skizze zu unseren zentralen Ansatzpunkten im Thema Kundentreue entwickelt. Dadurch wurde das gemeinsame Verständnis von Geschäftsleitung und obersten Führungskräften zum Thema geschärft und alle stehen hinter dem entwickelten Bild. Im Anschluss an

den Anlass wurde die Skizze weiter verfeinert und die Führungskräfte werden das Dialogbild nun anhand eines Leitfadens mit sämtlichen Mitarbeitenden diskutieren. Dadurch schaffen wir eine gemeinsame Sprache und geben Orientierung für die Entwicklung weiterer Maßnahmen zum Thema - und dies auf unkonventionelle, aber nachhaltige Art und Weise.“



**130 Führungskräfte von badenova entwickeln live ein Dialogbild.**

Im Umgang mit internen und externen Kunden gibt der Energiedienstleister badenova sich selbst verbindliche Qualitätsstandards, die zwölf +1 Standards. Diese Standards sind aus dem Prozess

„Mitarbeiterleitbild und Kundenversprechen“ sowie aus den Mitarbeiterleitbild-Dialogen und +1 Trainings entstanden und wurden bei der badenova Führungskräfteveranstaltung offiziell vorgestellt. Es handelt sich dabei um zwölf Spielregeln für Kommunikation, Pünktlichkeit, Wertschätzung und enga-

gierten und kompetenten Umgang mit Kundenanliegen. Bei dieser Einführung sind alle +1 Standards visualisiert worden – für jeden Standard entwarfen wir im Dialog mit den Teilnehmern eine kleine cartoonartige Skizze, aus welcher später das fertige Dialogbild herausgearbeitet wurde.



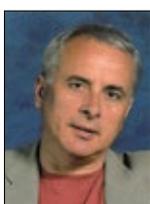
kompetent: Am Telefon zeichne ich mich durch Professionalität aus.



herzlich: Ich kommuniziere offen, direkt und wertschätzend, auch bei heiklen Themen.



kompetent: Ich halte meine Zusagen und Termine ein, gegenüber Kundinnen und Kunden.



**Dr. Roland Weis**  
Leitung  
Unternehmenskommunikation  
badenova AG & Co. KG

„Für uns bei badenova waren zwei Dinge wichtig: Wir hatten bereits über viele interne Prozesse und Workshops unsere Verhaltensstandards für den Umgang mit Kunden erarbeitet, jetzt ging es darum, sie einvernehmlich zu visualisieren. Denn in einem zweiten Schritt spielen wir nun mit den Dialogbildern die visualisierten Leitlinien

wieder ins Unternehmen zurück. Sie sind nun zentraler Bestandteil unserer Kommunikationsmaßnahmen. Diese Dialogbilder leisten Identifikation, Übersetzung und Wiedererkennung und sind damit ein viel stärkeres Kommunikationsinstrument als nur das gesprochene oder geschriebene Wort.“



Das Dialogbild findet Verwendung im Fachbereich Kabine der Deutschen Lufthansa AG. Flugbegleiter sollen sich mit den Herausforderungen der Kurzstrecke (innerdeutsche und europäische Flug-

strecken) auseinandersetzen. Welche Serviceerwartungen haben Fluggäste? Welche kritischen Momente bestehen? Was bewegt den Kunden bereits vor seinem Flug und nach der Landung? Über

allem steht der hart umkämpfte Markt und die Wettbewerber der Lufthansa. Flugbegleiter wechseln Perspektiven, versetzen sich in die Situation des Kunden und reflektieren ihre Rolle an Bord.



### Einsteigevorgang positiv

Die Flugbegleiterin empfängt den abgehetzten Geschäftsmann mit einem Wasser und hält Augenkontakt.



### Aussteigevorgang positiv

Die Flugbegleiterin verabschiedet sich vom Passagier auf die landestypische Art und Weise.



### Aussteigevorgang negativ

Die Flugbegleiterin ignoriert den Passagier und checkt ihre SMS. Ihr Jacket hält sie dabei in der Hand. Verschiedene Negativ-Szenen können dabei über die entsprechenden Positiv-Szenen gelegt werden.



**Ursula Schulze**  
Gruppenleiterin  
Training und Entwicklung  
Kabine Frankfurt  
Deutsche Lufthansa AG

„Das Dialogbild ermöglicht uns, über die unterschiedlichen Szenen mit den Crews den Austausch über ihr Tun an Bord zu initiieren. Die Crews finden sich in den Szenen wieder und es fällt leichter so in die Reflexion zu gehen. Das

Anschauen und Wiedererkennen von Szenen ist Grundlage für ein gemeinsames Verständnis. Darüber hinaus entstehen Geschichten und Beispiele aus dem eigenen Bordalltag.“

## HYBRID-CHECK



Für die Toyota-Händlertagung entwickelten wir den Film „Hybrid-Check“ zum Thema Kundenservice bei Toyota. Jetzt anschauen auf [www.dialogbild.de](http://www.dialogbild.de)



## 5 JAHRES INSPEKTION



Außerdem entwickelten wir einen Film zur „5 Jahres Inspektion“, bei dem der Kunde Herr König nach fünf Jahren mit seinem Wagen zur Inspektion erscheint. Jetzt anschauen auf [www.dialogbild.de](http://www.dialogbild.de)



**Marcus van Marwick**

Leiter Handelsmarketing & BTL  
Kommunikation  
TOYOTA DEUTSCHLAND GMBH

„Wir sind mit einer klaren Vorstellung proaktiv auf Dialogbild zugegangen. Unser Ziel war es, einen aussagekräftigen Blick über das gesamte

Jahr zu geben. Der Einsatz spielerischer Visualität sollte dabei helfen, komplexe Themen für die breite Empfängergruppe im Autohaus (GF, VK-Leiter bis hin zum Auszubildenden) zu vereinfachen und zu veranschaulichen und so ein gemeinsames Verständnis herzustellen. Obwohl wir im Vorfeld durchaus kritisch bzgl. des Abstimmungsaufwandes waren, wurden

wir hier sehr positiv überrascht und der interne Zeitaufwand war aufgrund einer professionellen und schnellen Auffassungsgabe seitens Dialogbild deutlich reduzierter als erwartet. Beeindruckend ist auch die Detailschärfe mit der sich die Themen in Bilder umsetzen ließen. Entsprechend positiv wurde das Endresultat bei allen aufgenommen.“

