

WEGE INS ERFOLG-REICH – PRODUKTE, DIE BEGEISTERN:

WAS MACHT DIE GURKE IN DER DOSE?

Eine Serie für Ihren Erfolg. Experten-Tipps von Mag. Gabriel Schandl, CSP, CMC

„Jeder
Kundenkontakt ist
ein Moment der
Wahrheit!“

Gabriel Schandl, Wirtschafts-
coach und Keynote-Speaker

Eine einzelne Spree-Gurke in der an einen Energy-Drink erinnernden Alu-Dose. Das neue iPhone, wunderschön verpackt. Ein Mineralwasser der Marke „Solan de Cabras“ in einer blauen, edlen und eckigen Flasche. Eine Kaffee-Duft-Kerze von Nespresso. Ein Tisch des Vollholz-Möbel-Herstellers Team 7, der schon beim Auspacken für ein sinnliches Erlebnis sorgt. Diese Liste könnte lange weitergeführt werden. Sie hat zu tun mit Produkten, die begeistern. Einfach, weil sich jemand etwas gedacht hat beim Design, bei der Herstellung. „Etwas“? Das dürfte untertrieben sein. Viele kreative Köpfe sind am Prozess des Designs, der Entwicklung beteiligt, viele gute Ideen werden verworfen, weil es noch bessere gibt und das ist gut so.

Grundvoraussetzung für Begeisterung

Jedes Produkt ist idealerweise einfach zu bedienen, hochwertig in der Verarbeitung und – jetzt kommt das Sahnehäubchen – macht Spaß bei der Bedienung, vielleicht sogar schon beim Auspacken. Wieviele Produkte gibt es, die uns nerven, weil sie nicht ordentlich funktionieren? Diese bringen wir dann wieder zurück, müssen vorher noch den Kassenbeleg oder die Rechnung finden und einer mehr oder weniger freundlichen Dame oder Herrn erklären, warum wir nichts dafür können, dass „es“ nicht funktioniert. Und dann kaufen wir uns das teurere, weil bessere Modell. Ein britischer Sozialreformer hat es einmal sehr treffend auf den Punkt gebracht, die ganze Preis-Thematik:

Wie heiß ist der Preis?

„Es gibt kaum etwas auf dieser Welt, das nicht irgend jemand ein wenig schlechter machen und etwas billiger verkaufen könnte und die Menschen, die sich nur am Preis orientieren, werden die gerechte Beute solcher Machenschaften. Es ist unklug, zu viel zu bezahlen, aber es ist noch schlechter, wenig zu bezahlen. Wenn sie zu viel bezahlen, verlieren sie etwas Geld, das ist alles. Wenn sie dagegen zu wenig bezahlen, verlieren sie manchmal alles, da der gekaufte Gegenstand die ihm zugedachte Aufgabe nicht erfüllen kann. Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld viel Wert

zu erhalten. Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen sie für das Risiko, das sie eingehen, etwas hinzurechnen. Und wenn sie das tun, dann haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres zu bezahlen.“

John Ruskin, 1819-1900

Der angebissene Apfel macht es vor

Natürlich soll und darf Leistung etwas kosten. Und es darf den Unternehmen etwas davon übrig bleiben, sonst könnten sie ihrem Auf-

„Machen Sie
Ihre Kunden
zu Fans!“

trag nächstes Jahr und übernächstes Jahr nicht mehr nachkommen. Es muss ja nicht gleich in Milliardenhöhe sein, wie der Quartalsgewinn bei Apple es zeigt. Apropos Apple: Es scheint, als dürfte hier jemand etwas richtig gemacht zu haben. Die Geräte an sich sind technisch vom Mitbewerb schon feinstens „abgekupfert“ und sogar noch verbessert worden. Aber die Apple Geräte funktionieren einfach. Und sie sind schön. Das war der Antrieb und die Vision des Apple Gründers und leider zu früh verstorbenen CEOs Steve Jobs. Oft genug ließ er Entwürfe wieder zurückgehen, weil sie ihm nicht gut genug waren. Das war auch für die Mitar-



beiter sicher nicht einfach. Aber das Ergebnis überzeugt. Aus diesem Grund gibt es auch eine eingeschworene Apple Fan-Gemeinde, zu der man in dem Moment gehört, in dem man eines dieser Produkte erwirbt. Achtung, womöglich hoch ansteckend, dieser Apple Virus! Aber Ehre, wem Ehre gebührt. Das Prinzip Spitzenleistung wird hier vorgelebt.

Die Kette des Erfolgs

Es beginnt alles mit einem Spitzen-Produkt, einer Idee. Die Verbreitung, das Image, der Kult entsteht durch gewiefte PR- und Marketing-Abteilungen aber auch durch die Kunden, die für den Erfolg des Unternehmens sorgen, wenn sie den Nutzen für sich erkennen. So werden sie zu wirkungsvollen Markenbotschaftern, deren Mundpropaganda jede Postaussendung und jeden Hochglanz-Katalog alt aussehen lassen. Ab diesem Zeitpunkt kommen die Mitarbeiter ins Spiel: Wie wird der Verkaufsprozess erlebt? Wie wird mit Beschwerden und Reklamationen umgegangen? Ist an der Hotline jemand erreichbar und wie geht er mit mir als Kunde um?

Vera Birkenbihl, die „Mutter“ aller Trainer formulierte es einmal treffend: „Jeder Kundenkontakt ist ein Moment der Wahrheit.“ Wie werden diese Moment ge- und erlebt? Unterm Strich muss unser Ziel sein: Die Kunden zu Fans zu machen. Mit Spitzen-Produkten, Spitzen-Führungskräften und Spitzen-Mitarbeitern. Dann spielt auch der Preis nicht die Rolle, in die wir ihn alle durch alle möglichen und unmöglichen Rabatt-Aktionen gebracht haben. Denn es geht weniger um den Preis, als viel mehr um den Wert, den wir bekommen. Das war damals bei John Ruskin so und das zählt auch heute noch. Ansonsten würden wir keine 800,- EUR für ein neues iPhone Augen. Oder 200,- EUR für einen Vollholzsessel.

„Leistung
soll und darf
etwas kosten!“

Viel Erfolg bei Ihren künftigen Kundenkontakten und noch mehr Erfolg auf Ihrem Weg ins Erfolg-Reich, gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern! Denn immer öfter sehe und arbeite ich mit Teams, bei denen dieses Wort für „Together Everyone Achieves More“ steht, anstatt für „Toll Ein Anderer Macht’s“.

Herzlichst, Ihr Gabriel Schandl

www.gabrielschandl.com

Zum Autor



Fotos: Privat

Mag. Gabriel Schandl, CSP, CMC ist Wirtschaftswissenschaftler und Leistungsforscher. Als neugieriger Erfolgs-Scout, leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Wirtschafts-Coach ist er Sammler und Umsetzer von Best-Practice Beispielen, die alle zum Ziel haben mit einem „Endlich Montag“ in die Arbeit zu gehen und dort gemeinsam erfolgreich zu werden. Der Constantinus Preisträger ist Buchautor und lehrt an der Fachhochschule Puch-Urstein Social Skills. Von ihm stammt der Begriff und das Konzept des „Leistungsglücks“, welches er in seinen Vorträgen weltweit eindrucksvoll darstellt.

Vorträge und Seminare für Ihren Erfolg – Schandl live erleben:

- > **19.-20.1.2018:**
Endlich Montag! – Teams ins Erfolgreich führen
Ein 2-Tages Seminar im besten Hotel Österreichs:
<http://bit.ly/2gv0gpS>
- > **19.4.2018:**
1. Vienna Sales Lounge mit Gabriel Schandl und Silvia Agha-Schantl,
www.sales-lounge.eu
- > **11.-12.10.2018:** Salzburger Trainer Forum: Schloss Leopoldskron, mit René Borbonus uva.
www.stf.events
- > **19.10.2018:** Stuttgarter Wissensforum: Erleben Sie DAS Wissens-Show-Event des Jahres, mit ca. 3.000 Teilnehmern und Gabriel Schandl auf der Bühne!
<http://bit.ly/2yFHF5g>