



Bestandskundenpflege

Aufgrund des intensiven Vertrauensverhältnisses kommt in Errichterfirmen der konsequenten Pflege von Bestandskunden eine besondere Bedeutung zu. Hierzu gehören u. a. die nachfolgenden Aspekte:

1. Bestehende Kunden nach ihrer Bedeutung für das Unternehmen untersuchen und eingruppieren (A-, B-, C-Kunden)
2. Kundendatenbank mit wichtigen Punkten für das Unternehmen aufbauen und pflegen
3. Konsequentes Instandhaltungsmanagement
4. Alarmaufschaltungsverträge abschließen
5. Nachkaufservice als Kundenbindung nicht unterschätzen
6. Besonders wichtige Kunden sowie Reklamationen sind Chefsache
7. Servicetechniker als Bindeglied für Zusatz- und Folgeaufträge nutzen

Zu 1:

Selbstverständlich müssen alle Kunden im Unternehmen eine hohe Wertschätzung erfahren und von allen Mitarbeitern sehr wichtig genommen werden. Dennoch muss für den künftigen Erfolg eines Unternehmens klar sein, von welchem Kunden man ganz besonders abhängig ist. Hier ist die Umsatzhöhe (Erst- und Instandhaltungsgeschäft), das für die Zukunft noch zu erwartende Umsatzpotenzial aber auch die Bedeutung des Kunden als Referenzkunde zu beachten. Erwähnt sei an dieser Stelle auch das Risiko einer zu starken Abhängigkeit von einem einzelnen Kunden!

Zu 2:

Nur durch die genaue und ständige Dokumentation aller wichtigen Daten in einer Kundendatenbank können Mitarbeiter qualifiziert auf Kundenanfragen reagieren. Zu erfassen sind z.B. Einbaudatum einer Anlage, Ansprechpartner, bestehende Verträge, Wartungstermine, Reklamationen im Zeitablauf, Gewährleistungsfristen usw.

Zu 3:

Instandhaltungsverträgen (IHV) als regelmäßige Einnahmequelle kommt bei Errichterfirmen eine besondere Bedeutung zu. Daher muss jedem Kunden sofort mit dem Angebot zum Bau einer Sicherungsanlage ein Instandhaltungsvertrag angedient werden. Die Vorteile sowie die Abgrenzung zur Gewährleistung müssen für den Kunden deutlich gemacht werden.

In regelmäßigen Abständen, insbesondere aber immer nach Kundeneinsätzen müssen „resistente“ Kunden wieder auf den Instandhaltungsvertrag bzw. dessen Vorteile angesprochen werden.

Bestehende IHV-Kunden müssen eine besondere Betreuung erfahren, Wartungsverträge und -termine müssen professionell eingehalten und abgearbeitet werden.

Zu 4:

Der Aufschaltung von Gefahrenmeldeanlagen als Kundenbindung kommt eine besondere Bedeutung zu. In Zeiten rückläufiger Margen und längeren Instandhaltungsintervallen können Errichter durch diese Aufschaltungen Zusatz-Umsätze generieren. Die Zusammenarbeit mit Notruf- und Servicezentralen als Kooperationspartner wird empfohlen.

Zu 5:

Direkt nach Vertragsabschluss kommen Kunden häufig Zweifel, ob sie denn die richtige Entscheidung getroffen haben. Bereits während der Montage, aber auch nach der Übergabe sollte der Vertriebsmitarbeiter beim Kunden hinterfragen, ob alles reibungslos verläuft. Damit erkennt der Kunde seinen „Wert“ für die Errichterfirma und fühlt sich gut aufgehoben (er hat die richtige Wahl getroffen). Diese positive Stimmung wirkt sich auf den künftigen Kundenkontakt aus und sorgt in der Regel für ein gutes Klima.

Zu 6:

Aufgrund ihrer Bedeutung für den Erfolg eines Unternehmens müssen besonders wichtige Kunden als Chefsache angesehen werden. Hier geht es einerseits um die regelmäßige Kontaktpflege aber auch um die „Überwachung“ eines reibungslosen Geschäftskontakts mit den Betroffenen.

Die Betreuung von Reklamationen (nicht die Bearbeitung) sollte ebenfalls Chefsache sein.

Zu 7:

Für die Bestandskundenpflege kommt dem Servicetechniker als „Horchposten“ beim Kunden eine herausragende Bedeutung zu. Neben der sensiblen Beobachtung der Kundenzufriedenheit muss der Servicetechniker in der Lage sein, Zusatz- und Folgeaufträge zu erkennen. Daneben muss dem Kunden vermittelt werden, welches Leistungsspektrum der Errichter abdeckt. Stichwort: Gestern eine EMA, heute eine BMA und morgen eine ZK-Anlage!