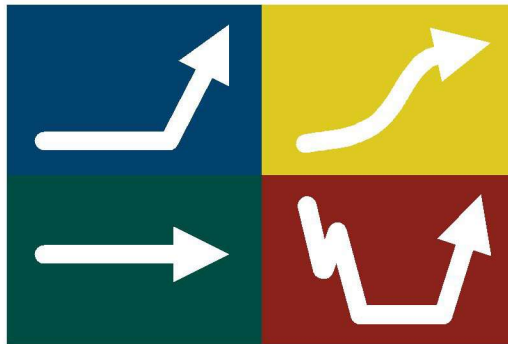




Die Orientierungsberater GPS

Wir entwickeln Menschen und Unternehmen.

* Service = alle (immateriellen) Leistungen, die dem Kunden den Preis Wert sind, also Hotline, Service, Reparatur, Instandhaltung, Engineering, Montage, Werkstätten, usw.



Aktive Service Kommunikation *

Ein GPS Kompetenz-Focus



| | Blatt |
|--|-------|
| ■ Ihre.Service.Fragen | 3 |
| ■ Start.Punkt | 4 |
| ■ Ziel.Punkt | 5 |
| ● Nachhaltig.Profitabel.Wachsen | 6 |
| ● Herausragend.Kommunizieren | 7 |
| ● Reife.Grade.Kommunikation | 8 |
| ● Schritte.Herausragend.Trainieren | 9 |
| ■ Service.Abläufe.Module | 10 |
| ■ Kunden.Erinnerung.Empfehlung | 11 |
| ■ Kontakt | 12 |

Haben Sie sich schon einmal eine der folgenden Fragen gestellt:

- **Wie zufrieden** sind unsere Kunden mit unseren Services?
- **Wie nachhaltig** ist unsere Kundenbindung im Service?
- **Wie gut kennen** unsere Kunden ihren Nutzen unserer Services?
- **Wie aktiv empfehlen** unsere Kunden unsere Services?
- **Welche zusätzlichen Leistungen** können wir mit den Services vermarkten?
- **Wie** können wir **mehr profitable Wartungsverträge** bekommen?
- **Wie erhöhen wir** das **Kundeninteresse** an - regelmässigen - Nachrüstungen?
- **Wie erreichen wir** eine **erfolgreiche Selbstvermarktung** unserer attraktiven Leistungen durch den Service?
- USW.

Unter **Service** verstehen wir alle (immateriellen) Leistungen, die dem Kunden den Preis Wert sind.

Services beinhalten über ihren zeitlichen Ablauf zumeist ein ganze Reihe **verschiedener Kommunikationssituationen**.

Die Art und Weise der **Kommunikation beeinflusst entscheidend** Zufriedenheit, Begeisterung, Empfehlung und den erneuten Kauf von Services durch den Kunden.

Mit **A/S/K**, Aktiver Service Kommunikation, **vermitteln** und **erarbeiten** wir **gemeinsam** mit Mitarbeitenden aus Hotline, Service, Reparatur, Instandhaltung, Engineering, Montage, Stützpunkten, Werkstätten, usw. das dazu notwendige **Wissen und Können**, sie üben dieses ein und wenden es anschliessend an.

Mit intensivierter **A/S/K steigern sie ihren Umsatz** mit Dienstleistungen nachhaltig - und **senken** nebenbei **die Kosten**.

NACHHALTIG.PROFITABEL.WACHSEN

Exzellenter
Service

Exzellente
Trainings

Exzellente
Komm.

Exzellente
Mitarbeiter

Modulares Weiterbildungs-System

Ziel ist ein **nachhaltig profitables** Wachstum.

- Profitables Wachstum erreichen Sie mit **herausragendem Service**.
- Herausragend ist Service nur, wenn er auch **herausragend kommuniziert** wird.
- Für herausragende Kommunikation braucht es **herausragend** ausgebildete **Mitarbeiter**.
- Herausragende Mitarbeiter erreichen Sie mit **herausragender** Aus- und **Weiterbildung**.

Mit **A/S/K** bieten wir Ihnen ein ganzes System von Weiterbildungsmodulen an – für **herausragende Kommunikation im Service**.

Nachhaltig profitables Umsatz-Wachstum erzielen Sie mit **Kunden, die ...**

- **die Preise Ihrer Service-Leistungen akzeptieren**, die Dritten gegenüber nicht meckern, nicht reklamieren, keine Nachforderungen stellen und auch nicht zu anderen Dienstleistern wechseln.
- **sehr zufrieden und begeistert** sind, sowie Sie und Ihre Service-Leistungen auf Nachfrage gerne empfehlen.
- Sie und Ihre Service-Leistungen **aktiv** anderen **empfehlen**, und **immer wieder gerne** - auch neue - Service-Leistungen bei Ihnen **kaufen**.
- **nur mit Ihnen** als Dienstleister **zusammenarbeiten** (wollen), ein partnerschaftliches Verhältnis mit Ihnen pflegen und Sie als wichtigen Teil ihrer Unternehmensstrategie sehen, und auch eigene Ideen und Vorschläge zur weiteren Entwicklung Ihrer Dienstleistungen und der Zusammenarbeit einbringen.

Sie unterstützen - und entwickeln - **Ihre Kunden** in deren Leistungs-Entwicklung mit Ihren **exzellenten Service-Leistungen**.

Nachhaltig profitabel wachsen - mit **exzellent kommunizierenden** Mitarbeitenden, die ...

- Ihren Kunden den Nutzen, den Wert, den Vorteil und das Ergebnis ihrer Dienstleistungen deutlich kommunizieren; Sorgen, Enttäuschungen und Unzufriedenheiten des Kunden sensibel bemerken, verstehen und gegensteuern; latentes Gemecker, Nachforderungen und Verweis auf andere Dienstleister aufnehmen, ernst nehmen und damit aktiv umgehen.
- Ihre Kunden immer wieder proaktiv informieren, auf dem Laufenden halten, auf Kundenwünsche eingehen, überraschen und begeistern, sowie gezielt hilfreiche Empfehlungen aussprechen und so den Kunden zu einem (aktiven) Empfehler und Botschafter Ihrer Services machen.
- bei Ihren Kunden Bedarfe nach weiteren Leistungen erkennen und bedienen bzw. Ihre Kunden proaktiv über passende nützliche Leistungen informieren und damit Bedarfe wecken. Die Bedarfe sollten von ihrem Mitarbeitern bis zum Auftrag und darüber hinaus bis zum erfolgreichen Anschluss verfolgt und betreut werden (können).
- mit Ihren Kunden einen partnerschaftlichen Umgang pflegen, das Geschäftsmodell des Kunden verstehen und gemeinsam weiterentwickeln, sowie Ideen des Kunden aufnehmen und eigene Ideen einbringen.

Die **vier Stufen herausragender Kunden-Kommunikation** sind:

1. Kunden-Nutzen verdeutlichen, Unzufriedenheit und Gemecker vermeiden
2. Kunden begeistern und zu Empfehlern machen
3. Beim Kunden Bedarfe wecken und passende Leistungen verkaufen
4. Sich zum Partner des Kunden machen und die Zukunft gemeinsam gestalten

Mit der **Serie** unserer **vier A/S/K-Workshops** vermitteln wir Ihren Mitarbeitenden Schritt für Schritt das Wissen und die Fähigkeiten, diese vier Stufen herausragender Kunden-Kommunikation hinaufzusteigen.

Dies spiegelt sich in den **vier Reife-Graden** der Service-Kommunikation wieder:

1. Mit dem Kunden während des Service die notwendigen Gespräche führen
2. Den Kunden pro-aktiv über den Service informieren und begeistern
3. Dem Kunden passende Services gezielt empfehlen und verkaufen
4. Den Service und die Kommunikation ständig verbessern und attraktiv gestalten

Damit Sie eine **herausragende Weiterbildung** Ihrer Mitarbeitenden erhalten, machen wir mit den **A/S/K-Workshops** **gemeinsam mit Ihnen vier Schritte** zur herausragender Kunden-Kommunikation:

- **Vor** jedem Kurs/Workshop/Training ermitteln wir Ihre spezifische Ausgangsbasis bei den Mitarbeitenden, den Prozessen, Ihren Kunden, usw.
- **In** jedem Kurs/Workshop/Training vermitteln wir die dazu passenden Grundlagen und gesammelte Erfahrungen aus der Praxis – gerne ergänzt um spezifische Elemente Ihres Service – und üben passende Werkzeuge mit den Teilnehmenden.
- **Anschliessend** üben die Teilnehmenden die er-lernten und er-übten Werkzeuge in ihrer Praxis – gerne auch mit unserer Unterstützung als *Coaching on the Job*.
- Um die Verankerung nachhaltig zu unterstützen, werden Inhalte und praktische Erfahrungen im Rahmen des nächsten Kurses/Workshops/Trainings oder eines spezifisch konzipierten **Refreshers** wiederholt und vertieft.

Indem Ihre Mitarbeitenden **herausragende Kunden-Kommunikation** im Rahmen der **A/S/K-Workshop-Reihe** trainieren, erreichen Sie sicher exzellente Service-Leistungen bei und für Ihre Kunden.

Service ist nicht gleich Service.

Insbesondere die Kommunikations-Situationen und -Anforderungen können von Service zu Service extrem voneinander abweichen.

So unterscheiden wir **vier „Standard“ A/S/K-Workshops / Module:**

- Neubau: **Engineering**, Montage und Inbetriebsetzung von Neuanlagen
- Instandsetzung: **Annahme, Analyse** und **Reparatur** gestörter Anlagen
- Instandhaltung: Planung und Durchführung von **Wartungsarbeiten**
- Umbau: **Analyse** der Potentiale und **Optimierung** von Anlagen

Und gemäss der jeweiligen Anforderungen bieten wir **spezifische Module** an, z.B.:

- Remote Services und Condition Monitoring
- Value Added Services
- Stützpunkte und Facility Management
- Betreiber-Modelle

Begeistert Kunden empfehlen und kaufen immer wieder gerne !



Gute Leistungen werden von Kunden häufig nicht wirklich – und nachhaltig – registriert:

0. Kunden vergessen !

Kunden erinnern sich (auf Nachfrage) lediglich !

Angestrebt wird also:

1. Kunden sind begeistert und erzählen davon – empfehlen also gerne weiter !

2. Kunden empfinden die Leistung als preis-wert und kaufen immer wieder gerne bei Ihnen !

Verbesserung von Umsatz und Profit, angenehmere Arbeitsatmosphäre, zufriedenerer Mitarbeiter.

Möglichst zu vermeiden ist also:

3. Kunden sind verärgert und meckern !

4. Kunden reklamieren Leistungen, kündigen oder bleiben einfach weg !

Vermeiden von Ärger, Kosten und Umsatzeinbruch

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf: Fordern Sie uns !



GPS - Die Orientierungsberater AG

Tellstrasse 8
8280 Kreuzlingen
SCHWEIZ

www.g-p-s.tel



Raoul Schwimann

Diplom-Wirtschaftsingenieur

Mob. +49-171-611 33 73

Mail rs@g-p-s-ag.eu

Wir entwickeln Menschen und Unternehmen.



Michael Gruber

Diplom-Sozialpädagoge

Mob. +49-172-611 8 611

Mail mg@g-p-s-ag.eu