

Kundenorientierung - Wie fit ist Ihr Unternehmen?

Welches sind Ihre Stärken und was können Sie besser machen?

Leben Sie und Ihre Mitarbeitenden kundenorientiert? Sind Sie wirklich so flexibel und qualitätsbewusst, wie dies auf Ihrer Website steht? Sagen Sie klipp und klar, welche Vorteile Sie gegenüber der Konkurrenz haben? Bieten Sie Kundenlösungen an oder wollen Sie einfach Ihre Produkte verkaufen? Sind Sie dort präsent, wo sich Ihre Kunden befinden? Eine ehrliche Antwort liefert eine Analyse zum Verhalten Ihrer Mitarbeitenden im Kundenkontakt und zum Einsatz Ihrer Kommunikationsinstrumente wie Telefon, E-Mail, Website, Kundendienst und sämtliche weiteren Kommunikationsmassnahmen.

| | |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zielgruppe | Klein- und Mittelbetriebe, bis ca. 200 Mitarbeitende |
| Resultat | <ul style="list-style-type: none"> • Sie erhalten ein Feedback zur Serviceorientierung Ihrer Mitarbeitenden • Sie profitieren von einer umfassende Analyse zum Einsatz Ihrer Kommunikationsmittel • Sie erhalten einen detaillierten Vorschlag, wie Sie Ihre Kundenorientierung gezielt verbessern können. Dieser beinhaltet konkrete Massnahmen mit ersten Kostenschätzungen. Das Spektrum der Massnahmen kann folgende Bereiche umfassen: Schulungen von Mitarbeitenden und Führungskräften, Inhalt von Kommunikationsmitteln, Gestaltung und/oder Einsatz der Kommunikationsmittel sowie Arbeitsplatz- und Prozessorganisation. |
| Vorgehen | <ul style="list-style-type: none"> • Briefing-Gespräch vor Ort • Mystery calls und Probestellungen • Gespräche mit Mitarbeitenden auf verschiedenen Stufen vor Ort • Kundeninterviews nach Absprache • Analyse Gesamterscheinungsbild • Analyse aller Werbemassnahmen • Fazit und Massnahmenkatalog • Debriefing vor Ort • Nach Wunsch Umsetzung einzelner Massnahmen |
| Dauer | Minimum 2 Tage, maximal 5 Tage (ohne Umsetzung) |
| Durchführung | Ganze Deutschschweiz, vor Ort |
| Kosten | Basis CHF 2'500.-/Tag, Umfang nach Vereinbarung und Firmengrösse |
| Leitung | Eveline Sievi, eidg. dipl. Marketingleiterin, Kommunikationsberaterin & -trainerin |