

2. Das Beziehungskonto



9) Manchmal muss man einfach mit dem Kunden über das Beziehungskonto sprechen. Centa sagte, dass sie dies auch mit ihrem Freund von Zeit zu Zeit machen müsse. Manchmal müsse man einfach zusammensitzen und sich die Fragen stellen:

- Was läuft gut zwischen uns?
- Was läuft nicht gut zwischen uns? Wie können wir das verbessern?
- Was nehmen wir uns für die Zukunft vor?

Diese Diskussionen würden nicht immer nur rosarot verlaufen. Aber konstruktiv geführt schauen am Ende immer 15 Punkte plus auf dem Beziehungskonto heraus. Centa kündigte an, dass diese «Saldodiskussionen» das Thema eines späteren Verkaufsmeeetings sein werden.

Frank Pfundig nahm sich Centas Vorschlag zu Herzen und erstellte gleichentags eine einfache Excel-Tabelle für seine 10 besten Kunden. Einen Monat später präsentierte er stolz den Punktesaldo seiner Topsten Kunden. Überall war er auf mindestens + 15. Und übrigens: Die Kugelschreiber hat er dazu nicht mehr verwendet. Er hat jetzt bessere Ideen. Er packte seine Mappe und verließ die Bank seit 30 Jahren das erste Mal nicht um 17.45 sondern bereits um 17.15, denn er wollte Frau Dora Downhill noch schnell Fr. 300.- persönlich vorbeibringen. Die ärmste hatte beim Club-Skirennen das Bein gebrochen und war momentan schlecht zu fuss. So konnte er mindestens 5 Beziehungspunkte buchen und da er zu fuss statt mit dem Auto ging, konnte er auf seinem Fitness-Konto ebenfalls 5 Fettweg-Punkte buchen, aber davon sollte noch niemand etwas erfahren («psst, die ersten zwei Kilos waren geschafft!»)

ZIEL

- Frank Pfundig weiss, wie man Beziehungen zu Kunden professionell und erfolgreich gestaltet und pflegt!
- Frank Pfundig führt ein Beziehungskonto für seine wichtigsten Kunden

EINE GEBURTSTAGSKARTE – WIE ORIGINELL!

Eine Geburtstagskarte – wie originell!
Diesmal wollte Frank Pfundig nicht hinten anstehen und bereitete sich minutiös aufs nächste Verkaufsmeeeting vor. Er hatte den Auftrag, jeden Tag mindestens einem Kunden eine kleine Freude zu machen. Herr Peter Pelzkragen, einer seiner besten Kunden, feierte eben seinen 50-sten Geburtstag und Frank Pfundig eilte in die Pape-terie und kaufte eine schöne Geburtstagskarte. Er unterschrieb die vorgedruckte Karte und ab gings damit auf die Post. Zudem fand Frank Pfundig auf dem Estrich der Bank noch ein ganzes Paket mit 1000 Plastik-Kugelschreibern, die man vor Jahren mit dem Banksignet bedruckt hatte. So konnte er jetzt jedem Kunden eine kleine Freude bereiten. Am Verkaufsmeeeting konnte er rapportieren, dass er 16 Kunden eine Freude bereitet hatte (1 Geburtstagskarte und 15 Kugelschreiber), gefordert waren jedoch nur 5... und der Kugelschreibervorrat reichte noch mindestens für 3 Monate!

LACHS ZU WEIHNACHTEN!

Centa eröffnete das Verkaufsmeeeting mit einem – wie könnte es anders sein – Märchen: «Es war einmal ein steinreicher Unternehmer namens Peter Pelzkragen, der erhielt von seiner Bank zu Weihnachten einen grossen





Herz Sieben

2. Beziehungskonto @by tm

Hier sind die wichtigsten Regeln:

1) Einzahlen durch gute Tat oder nettes Wort	+ 5 P.
2) Kunde erkennt Einzahlung als solche	+10 P.
3) 1 Monat ohne Einzahlung	- 5 P.
4) Die maximale Einzahlung pro Tag	+15 P.
5) Gewöhnung bei regelm. Wiederholung (z.B. bei Geburtstagskarte)	Pkte-Halbierung
6) Kunden Einzahlungsgelegenheit geben	+10 P.
7) Fehler, Missverständnisse, Wortbruch	- 15 P.
8) Schlechte Taten mit dem Kunden klären	+15 P.
9) Diskussion über Kontobewegungen + Saldo	+15 P.





Lachs und eine Flasche Champagner. Erstaunt rief der Unternehmer seiner Frau und sagte: «Du, wir haben von der Bank einen Lachs und einen Champagner erhalten. Toll, findest du nicht auch?»
 «Sehr aufmerksam», entgegnete seine Frau und sagte, dass dies nun diese Weihnacht die 13. Flasche Champagner und der 5. Lachs sei. Ein Jahr später erhielt der Unternehmer wieder einen Lachs und eine Flasche Champagner von der Bank. Diesmal fiel sein Kommentar an seine Frau etwas anders aus: «Du, die Bank hat wieder einen Lachs gesandt, aber letztes Jahr war er grösser, die sparen wohl.» Ein Jahr später wechselte der Kundenberater der Bank und dieser stellte den Brauch von Lachs und Champagner ab. Der Kommentar des reichen Unternehmers fiel nun ganz anders aus: «Du, wo bleibt der verdammte Lachs von der Bank – die scheinen die Familie Pelzkragen nicht mehr zu schätzen!»

Centa trug die Moral der Geschichte gleich selbst vor: «Wie sie sehen, sind regelmässige Kundengeschenke immer problematisch, da sie mit der Zeit erwartet werden. Zudem hat Herr Pelzkragen nichts dazu beigetragen, dass Weihnachten ist. Aber sicher hätte er sich über eine Anerkennung gefreut, dass er dieses Jahr wieder fünf Arbeitsplätze schaffen konnte! Aber dazu später mehr!»

Nach Centas Märchen erzählte jedes seine kleinen Stroy, wie es den Kunden eine kleine Freude bereiten konnte. Frank Pfundig verschwieh wohlwollentlich die Geburtstagskarte an Herrn Peter Pelzkragen und erwähnte nur die 15 Kugelschreiber. Aber auch damit schien er keinen Volltreffer zu landen.

Centa notierte die kleinen Freuden für die Kundschaft auf einem Flip-Chart und liess sie anschliessend vom ganzen Team bewerten. Die beste Idee wurde mit einer XXL-Praline von der Confiserie «Sugar and more» von nebenan prämiert.

- Fränzi Flippig erhielt mit folgender Freude am meisten Punkte. Die Kundin Hanny Haflinger kam jeden Freitag vor ihrer Reitstunde auf die Bank und hob ihre 300 Franken fürs Wochenende ab. Fränzi hatte ein altes Vollkornbrot übrig, schnitt es in Scheiben, stach mit einer Güeziform viele Herzen aus und trocknete diese anschliessend auf dem Ofen. Sie verpackte die Brotherzen und überreichte diese Hanny Haflinger fein säuberlich in einem edlen Plastiksäckli mit roter Schleife mit der Anschrift: «Für Diamant!» Diamant war das Lieblingspferd von Hanny Haflinger. Hanny Haflinger war so gerührt, dass ihr die Tränen in die Augen stiegen. Ein Geschenk für ihren Diamant! So schön!



Frank Pfundig verstand die Welt nicht mehr. Das alte Brot landete bei ihm im Kehricht und diese Fränzi Flippig gewann mit einem Abfallprodukt den ersten Preis. Man kann doch den Abfall nicht bei seinen Kunden entsorgen – das gehört sich nicht!



DAS BEZIEHUNGSKONTO

Centa wurde nun wieder ganz geschäftlich und stellte das Beziehungskonto vor. Wir wollen die Beziehung zu unseren Kunden systematisch pflegen, denn sie ist die Basis für eine langjährige (oder noch besser, für eine lebenslange) Geschäftsbeziehung. Aus diesem Grund führen wir für unsere besten Kunden ein zusätzliches Konto. Nämlich das Beziehungskonto. Die Kontoführung läuft nach folgenden Regeln ab.

- 1) Jedes Mal, wenn sie dem Kunden eine kleine Freude machen (oder einen guten Kontakt hatten), können Sie 5 Beziehungspunkte aufs Konto buchen.
- 2) Oft muss man dem Kunden die kleine Freude «verkaufen». Es ist nicht sinnvoll, dem Kunden zu Weihnachten oder zum Geburtstag etwas zu schenken. Er kann ja nichts dafür, dass er Geburtstag hat. Wenn Sie jedoch Herrn Pelzkragen einen Lachs und einem Champagner wie folgt überreichen, können sie noch 10 Punkte zusätzlich buchen: «Herr Pelzkragen, ich habe eben in der Zeitung gelesen, dass ihre Firma wieder fünf neue Arbeitsplätze geschaffen hat. Ich gratuliere Ihnen zu diesem tollen Erfolg mit einer kleinen Anerkennung.»
- 3) Jeden Monat ohne Einzahlung (also ohne «Beziehungsverkehr»), schadet einer Beziehung. Zur Strafe werden 5 Punkte abgezogen.
- 4) Pro Tag können sie nicht mehr als 15 Punkte einzahlen. Es kann ja keinen Sinn machen, seinen Partner das ganze Jahr hängen zu lassen um ihm am Geburtstag mit 1000 Golduhren zu überhäufen. Es zählt, wie sie die Beziehung jeden Tag anerkennen und pflegen! Es sind die kleinen Dinge, die am Ende viel zählen.
- 5) Merken Sie sich: Regelmässige Geschenke verlieren ihren Reiz; überraschende machen doppelt Freude! Die erste Geburtstagskarte können sie mit 5 Punkte buchen, die zweite zählt nur noch 2,5 Punkte usw.
- 6) Denken Sie daran, dass auch der Kunde gerne etwas einzahlen möchte. Frank Pfundig warf eben ein pas-

sendes Beispiel ein. Die Kundin Anna Aerobic klagte zu Ostern, dass sie über 10 Schoggihasen erhalten hätte und sie doch Schokolade wegen der Linie nicht essen dürfe. Frank habe sich da sofort als dankbarer Abnehmer zu erkennen gegeben. Seither bekommt Frank alle Ostern mindestens 4 Schoggihasen. Das Gesamtgewicht war letztes Jahr über ein Kilogramm! Herrlich und die Hasen waren fast ausschliesslich aus der Confiserie «Sugar and more» von nebenan!

- 7) Ganz klar, dass Fehler und Missverständnisse sich negativ auf eine Kundenbeziehung auswirken. Jedes negative Erlebnis zieht 15 Beziehungspunkte ab. Aber wenn die Beziehung sonst gut ist (wenn man einen Beziehungskredit hat), erträgt sie auch einmal ein negatives Ereignis.
- 8) Negative Ereignisse können punktemässig jedoch schnell wettgemacht werden, wenn wir sie mit dem Kunden klären. Fränzi Flippig steuert hier gleich ein Beispiel bei: Kürzlich habe ich irrtümlicherweise den Saldo auf den Einzahlungsbeleg gedruckt. Auf diese Art hat der Lehrling gesehen, wie tief Coffeuremeister Heiri Haarscharf bei der Bank in der Kreide steht. Als Fränzi dies bemerkte, nahm sie kurz entschlossen den Telefonhörer in die Hand und beichtete Heiri Haarscharf den Fehler. Dieser reagierte erst verärgert, sagte aber dann, dass er den Fehler vielleicht gar nicht bemerkt hätte, wenn Fränzi nicht angerufen hätte. Dies gebe ihm die Sicherheit, dass die Bank zu Fehlern stehen könne und das stimme ihn trotzdem positiv. Er danke für so viel Ehrlichkeit und Offenheit.