



Ohne
Führungsqualität
keine
Servicequalität!



www.leitbetrieb.com

Leitbetriebe wissen: Ohne Führungsqualität keine Servicequalität!

- Warum kundenfokussierte Führungskräfte heute wichtiger sind denn je
- Wie sich eine gute Führungskultur unmittelbar auf die Kundenbegeisterung auswirkt
- Wie ein neues Leitbetrieb-Tool verantwortungsvolle Führung zum Ausdruck bringt

PLUS: Service-Tipp Online-Monitoring!



Leitbetrieb
Deutschland



Leitbetrieb
Österreich



Sehr geehrte Unternehmerinnen,
sehr geehrte Unternehmer!



Von den Mitarbeitern hängt es wesentlich ab, ob ein Unternehmen die Kunden begeistern kann und dadurch nachhaltig erfolgreich ist. Diese Tatsache muss jedem Mitarbeiter stets bewusst sein – sie hat aber auch Auswirkungen auf die Unternehmensführung. Denn Führungsqualität ist eine wesentliche Voraussetzung für die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Daraus ergibt sich für Unternehmer und Führungskräfte geradezu die Verpflichtung, Engagement und Kundenorientierung der Mitarbeiter durch eine entsprechende Führungskultur zu ermöglichen und zu unterstützen. Management-Denkerin Anne M. Schüller bringt es auf den Punkt: „Behandle mich so, dass ich das Unternehmen bestmöglich gegenüber unseren Kunden vertreten kann!“ Mehr darüber lesen Sie in diesem ServiceLetter.

Einen Beitrag dazu leistet auch ein neues Tool der ServiceInitiative Leitbetrieb: Eine Urkunde, die sich für unterschiedlichste Anlässe nutzen lässt, bringt verantwortungsvolle und wertschätzende Führung den Mitarbeitern gegenüber sichtbar zum Ausdruck. Auch dazu erfahren Sie mehr in diesem ServiceLetter.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und nutzbringende Lektüre!

Erich Stadler
Gründer und Inhaber der Akzeptia Group
Initiator der ServiceInitiative Leitbetrieb



Anne M. Schüller:

Führungsqualität spürt auch der Kunde



Ein guter Führungsstil wirkt nach innen und nach außen: Er motiviert die Mitarbeiter und ist damit eine entscheidende Voraussetzung für begeisterte Kunden. Aber nicht nur das - er spielt für immer mehr Kunden bei der Kaufentscheidung eine direkte Rolle.

Jeder zweite Kunde in Deutschland hat bereits einmal ein Unternehmen wegen dessen schlechter Führung bewusst boykottiert: Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage der Kommunikationsagentur Ketchum („Leadership Communication Monitor 2014“). Es zeigt deutlich, wie die Führungskultur auch außerhalb eines Unternehmens wahrgenommen wird und sich auch auf diese Weise unmittelbar auf den Geschäftserfolg auswirkt.

Umgekehrt haben 40 Prozent der Befragten sich schon einmal für ein Produkt bzw. eine Dienstleistung entscheiden, weil sie den Führungsstil der Anbieterfirma positiv erlebt haben. In der digitalen Welt von heute verbreiten sich die Einschätzungen der Kunden auch hinsichtlich der Unternehmenskultur ja unaufhaltsam und in Windeseile.

Die Untersuchung kommt allerdings auch zu dem Schluss, dass es in Sachen Führungsqualität vielerorts Optimierungspotenzial gibt: Nicht einmal jede/r Sechste hält die Fähigkeiten des Top-Managements für ausreichend – Tendenz weiter sinkend.

„Ganz ohne Zweifel: Der Wettbewerb der Zukunft wird auf dem Marktplatz der Unternehmenskulturen geführt“, erklärt die bekannte deutsche Service-Expertin Anne M. Schüller in ihrem Buch „Das Touchpoint-Unternehmen“ www.touchpoint-management.de.



Als Touchpoints bezeichnet sie sämtliche Berührungspunkte eines Unternehmens und seiner Kunden. Dementsprechend ist jeder Mitarbeiter ein solcher Touchpoint und damit ein wichtiger Botschafter des Unternehmens.

Mitarbeiter zu Botschaftern machen

Unternehmer und Führungskräfte müssten diese Tatsache ernst nehmen, rät Schüller: Denn vor allem die Mitarbeiter entscheiden darüber, ob ein Unternehmen neue Kunden gewinnt, ob es weiterempfohlen wird – und ob es letztlich am Markt überlebt. Angesichts dieser Bedeutung sei es notwendig, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so zu behandeln, dass sie das Unternehmen den Kunden gegenüber optimal vertreten können. Das will die Bestseller-Autorin auch mit ihrer Aktion „Ich bin ein Touchpoint“ unterstreichen www.touchpoint-management.de/aktion-ich-bin-ein-touchpoint.html

Im Wettbewerb um die besten „Touchpoints“ haben ebenfalls gut geführte Unternehmen mit passenden internen Rahmenbedingungen die Nase vorn: Als Arbeitgeber sind sie für die Besten attraktiv.

Die Bedeutung von ethischen Werten in der Unternehmensführung wird auch durch eine Gallup-Umfrage unterstrichen: Demnach veranlasst eine ethische Führung drei Viertel der Mitarbeiter zu optimalem Arbeitseinsatz – eine unethische Führung dagegen nur jeden Zehnten. Auch das zeigt, dass sich Führungsqualität letztlich unmittelbar in der Bilanz und damit in der Kasse niederschlägt.

Mit der ServiceMarke Leitbetrieb setzen Unternehmen ein Zeichen für eine kundenorientierte und verantwortungsvolle Führungskultur!



Leitbetriebe setzen Zeichen - jetzt mit einer neuen Urkunde

Leitbetriebe wissen, wie wichtig eine verantwortungsvolle Unternehmensführung ist. Mit einer attraktiv gestalteten Urkunde können sie dies nun bei verschiedensten Anlässen sichtbar zum Ausdruck bringen.

Ob Betriebsjubiläum, Karriereschritt oder besondere Anerkennung, ob Geburtstag, Hochzeit, Kindersegen und, und, und...: Es gibt für Unternehmerinnen und Unternehmer eine Vielzahl von Anlässen, um ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu gratulieren, sie zu motivieren oder einfach Danke zu sagen.

Leitbetriebe stehen für herausragenden Kundenservice. Sie wissen auch, dass es dazu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung bedarf, die die Mitarbeiter dabei unterstützt, im Kontakt mit den Kunden ihr Bestes zu geben.

Zeigen Sie ihren verantwortungsbewussten Führungsstil mit einer attraktiven Urkunde, die Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei unterschiedlichsten Anlässen eine Extraportion Motivation verleiht – ein Beispiel dafür finden Sie auf der nächsten Seite.

Die Urkunde zum Download als [pdf-Datei](#).

URKUNDE

Danke

für **25 Jahre** vollen Einsatz!

Liebe Frau,

sicher hast Du heute oder in den vergangenen Tagen die Jahre bei uns passieren lassen:
Vom ersten Tag vor 25 Jahren, über die gesamten Entwicklungen bis zum heutigem,

Deinem Jubiläumstag.

Wir hoffen, diese Rückschau erfüllt Dich genauso mit Freude und Stolz wie uns Alle!
Wir danken Dir sehr für Deinen Einsatz, Deine Ideen und Deine Treue.
Deine Erfahrung und Engagement sind für unser Team und das gesamte
Unternehmen sehr wichtig und wertvoll!

Für die Zukunft wünschen wir Dir Gesundheit,
Glück und auch weiterhin viel Erfolg.

Herzlichst das
AKZEPTA – TEAM



... wir als Leitbetrieb stehen für verantwortungsvolle Führung!

**Service-Tipp 2:**

Hören Sie Ihren Kunden zu – unbedingt auch online

Guter Service kommt heute ohne Online-Monitoring nicht mehr aus. Unternehmen müssen sich laufend darüber informieren, was Kunden im Internet über sie schreiben. Nur so können sie rasch und adäquat reagieren und wichtige Schlüsse daraus ziehen.

Web Monitoring – das Beobachten all dessen, was auf Social-Media-Plattformen im Internet über das eigene Unternehmen veröffentlicht und kommentiert wird – wird von manchen Firmenverantwortlichen noch immer skeptisch gesehen. Gerade wer das Internet vorwiegend als potenzielle Gefahrenquelle für den eigenen Ruf betrachtet, setzt sich mit diesem Thema nur ungern auseinander.

„Online-Geplauder“ als Chance nützen

Dabei tun sich hier große Chancen auf: „Endlich können wir den Kunden zuhören, wenn sie sich über uns unterhalten. Und wir können mitlesen, was sie über uns schreiben. Mehr noch: Wir können sofort darauf reagieren“, sagt Management-Denkerin und Service-Expertin Anne M. Schüller. Sie hält Online-Monitoring für „die beste Echtzeit-Marktforschung aller Zeiten“.

Das Internet zu beobachten, ist daher für jedes Unternehmen heute ein Muss – und zwar täglich. Es sollte permanente Aufgabe für einen Mitarbeiter sein, und den Ergebnissen sollte die Chefetage ähnliche Bedeutung beimessen wie den Umsatzzahlen. Sogenannte Alert-Dienste von Google, Bing und anderen Anbietern machen das Beobachten des „Online-Geplauders“ heute sehr einfach. Anhand entsprechender Suchbegriffe lassen sich sowohl positive wie negative Stellungnahmen aufspüren – rasch und kostenlos. Ebenfalls gratis gibt es Werkzeuge, die das Beobachten automatisieren.



Ebenso wichtig wie das Aufspüren von Statements über das eigene Unternehmen ist freilich auch deren Analyse. Welche Schlüsse lassen sich daraus ziehen? Wo gibt es Optimierungspotenzial? Was wird kritisiert, und wie gehen wir damit um? Es heißt rasch reagieren, denn Kundenservice ist längst öffentlich geworden: „Früher wurden Kundenanfragen hinter verschlossenen Türen behandelt, doch heute beobachtet die ganze Welt, wie ein Unternehmen mit den Anforderungen, Wünschen und Problemen der User hantiert“, so Schüller.

Kunden erwarten, dass sie online wahrgenommen werden

Deshalb beginnt guter Service heute nicht erst dann, wenn Kunden von selbst direkt an ein Unternehmen herantreten. Kunden erwarten vielmehr immer öfter, dass ihre Stellungnahmen auf diversen Social-Media-Kanälen von den betroffenen Unternehmen wahrgenommen und entsprechend beantwortet werden. „So ist aus einer Bringschuld – der Kunde tritt mit Fragen oder einer Reklamation an einen Anbieter heran – heute eine Holschuld geworden“, betont Anne M. Schüller.

Ausführlich setzt sich die Erfolgsautorin mit diesem Thema in ihrem Buch „Touchpoints – Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute“ auseinander. Mehr dazu lesen Sie auch im Leitbetrieb-Onlineportal unter diesem Link:

[heute-ein-muss-das-online-monitoring](#)



**Ihre Servicequalität ist exzellent?
Dann sollten Sie das auch zeigen!**

**„Unternehmensservice - gilt als die
Quelle für nachhaltiges Wachstum“,
davon sind Führungspersönlichkeiten
aus acht europäischen Ländern überzeugt.**

Nutzen Sie die Kraft der gemeinsamen
ServiceMarke Leitbetrieb!



Leitbetrieb
Deutschland



Leitbetrieb
Österreich

... für eine
blühende
Servicelandschaft