



Ihre Kunden  
haben Ihnen  
was zu sagen.

**Nutzen Sie  
diese Chance!**



[www.leitbetrieb.com](http://www.leitbetrieb.com)

Ihre Kunden haben Ihnen  
was zu sagen.

## Nutzen Sie diese Chance!

- Was eine Marke richtig stark macht
- Wie Sie Ihre Mitarbeiter richtig motivieren
- Wie Sie die Servicelinitiative dabei unterstützt, positive Kunden-Statements zu erhalten
- **Plus:** Richtig viel Servicewissen – Anne M. Schüller im Porträt



**Leitbetrieb**  
Deutschland



**Leitbetrieb**  
Österreich



Sehr geehrte Unternehmerinnen,  
sehr geehrte Unternehmer!



Sie wissen ja: Feedback von Kunden ist enorm wichtig. Die Servicelinitiative Leitbetrieb unterstützt Sie dabei, Kundenfeedbacks zu erhalten (im ServiceLetter Nr. 11 haben wir darüber bereits berichtet).

Unser Fragebogen hilft Ihnen, Ihr Unternehmen ausgewählten Kunden als Leitbetrieb zu präsentieren und zugleich wertvolle Meinungen zu sammeln. Zudem setzen Sie damit ein klares Zeichen Ihrer kundenfreundlichen Service-Orientierung. Zur leichteren Handhabung der Rückläufer haben wir nun diesen Fragebogen zu einem interaktiven PDF mit integrierter Mailantwort weiterentwickelt.

Lassen Sie begeisterte Kunden für sich sprechen und verwenden Sie die Kundenstimmen auch zur Mitarbeitermotivation. Ein anerkennendes Wort von „außerhalb“ kann oft Berge versetzen und der Motivation zusätzlichen Schub verleihen. In der Arbeit Sinn zu sehen und auf das Geleistete stolz sein zu können – auch dazu verhilft das Kundenfeedback Ihren Mitarbeitern. Und zwar aus erster Hand.

Die ServiceMarke Leitbetrieb unterstützt auch Sie wirkungsvoll dabei, Feedbacks Ihrer Kunden einzuholen. Mehr dazu erfahren Sie in dieser Ausgabe unseres ServiceLetters. Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre – und einen schönen Tag!

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



## Was eine Marke stark macht!

Der Konkurrenzkampf ist hart heutzutage – und über den Preis nicht mehr zu gewinnen. Für Wachstum und Geschäftserfolg gelten neue Regeln. War die Markenpersönlichkeit schon bisher ein wichtiges Kriterium für Erfolg, so wird sie heute zu unserem wertvollsten Marketingtool.

Der Vergleich von Marken zeigt rasch, wem es bereits bei der Entwicklung gelungen ist, die wesentlichsten Kriterien für eine erfolgreiche Markenbildung zu erfüllen. Wer in der Werbeflut nicht untergehen will, muss sich bereits im Vorhinein darüber im Klaren sein, was seine Marke transportieren soll.

### Die wichtigsten Kriterien für den Erfolg einer Marke

Eine erfolgreiche Marke muss

- auffallen, um in der Informationsflut nicht unterzugehen
- einprägsam sein, um sich im Gedächtnis der Kunden festzusetzen
- Emotionen wecken, um Bedürfnisse zu stillen
- Inhalte vermitteln, um verstanden zu werden
- motivieren, um Kunden zum Kauf zu bewegen

Zahlreiche Beispiele zeigen deutlich, dass Marken nur dann langfristig Erfolg haben, wenn sie diese Kriterien erfüllen. Erfolgreiche Marken zeichnen sich dadurch aus, dass sie diese bereits bei der Entwicklung berücksichtigen.

Lesen Sie hier [„Was eine Marke stark macht“](#).



Die Marke Leitbetrieb fällt auf und vermittelt den Inhalt nachhaltig und einprägsam. Daher verwenden Leitbetriebe dieses Alleinstellungsmerkmal gerne und vermehrt. So zeigen sie deutlich ihr Bekenntnis zu hoher Servicequalität und ihre Zugehörigkeit zu einem starken Netzwerk. Diese aktive Markenführung bestätigt wiederum die Stärke der ServiceMarke Leitbetrieb.

Eine Marke ist allerdings immer nur so stark wie ihr Hintergrund. Gerade wenn man als Kunde im Voraus bezahlt, ist es wichtig, das betreffende Unternehmen näher kennen zu lernen - schließlich will man wissen, wie es um dieses Unternehmen bestellt ist. Deshalb gilt: Drum prüfe, wer sich bindet!

**Die Marke „Leitbetrieb“ hat eine starke Basis: Die Serviceinitiative wird getragen von der Akzeptia Holding.**

Die ServiceMarke lässt sich zudem vielfältig einsetzen, ob im Online-Bereich (z. B. auf Websites) oder in Ihren Printprodukten. Anschauliche Beispiele und Anregungen zur optimalen Verwendung finden Sie in unserem E-Book.

### **Das Ziel: Wirkung durch Positionierung**

Durch die Teilnahme an der Serviceinitiative wird die Servicequalität anhand der Wort-Bild-Marke klar dargestellt. Leitbetriebe heben sich damit im Wettbewerb deutlich von Ihrer Konkurrenz ab und begeistern Kunden und Interessenten, national und international. Gleichzeitig motivieren sie Ihre Mitarbeiter und ziehen als innovativer und serviceorientierter Arbeitgeber neue Fachkräfte an.



## Mitarbeiter motivieren – aber richtig!

**Begeisterte Kunden können die Mitarbeiter in erstaunlichem Maße anspornen, intensiver, intelligenter und produktiver zu arbeiten: Das schrieb Adam M. Grant, Managementprofessor an der Wharton University, kürzlich im Harvard Business Manager.**

ServiceExpertin Anne M. Schüller bringt es ebenso auf den Punkt: „Begeisterte Kunden sind die effizientesten Motivatoren.“ Sie nennt dafür ein anschauliches Beispiel: „Die Zeit, die Spendensammler mit Telefonanrufen verbrachten, stieg um 142 Prozent, nachdem sie von einem Studenten besucht worden waren. Der hatte dank der Spendengelder ein Stipendium für ein Hochschulstudium erhalten und davon erzählt, was das für sein Leben bedeutete und wie dankbar er war.“

Gerade in Zeiten des Umbruchs und des Wandels ist es essenziell, die richtigen Motivierer auf seiner Seite zu haben. Ein gutes Wort von firmenexternen Kontaktpersonen kann oft Berge versetzen und der Motivation zusätzlichen Schwung geben. Kundenfeedback ermöglicht es den Mitarbeitern, in der Arbeit Sinn zu sehen und auf das Geleistete stolz zu sein.



Anne M. Schüller

## Die ServiceExpertin



**In Zeiten steigender Wechselbereitschaft gehört der Aufbau einer dauerhaften Kundenloyalität zu den größten unternehmerischen Herausforderungen der Zukunft: So lautet eine Kernbotschaft von Anne M. Schüller. Wer ist die Frau, die zu den erfolgreichsten deutschsprachigen ServiceExperten zählt?**

Anne M. Schüller ist Expertin für Touchpoint Management, Loyalitätsmarketing und kundenfokussierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den besten Speakern im deutschsprachigen Raum und ist Expertin unserer [ServiceOase](#).

Als Autorin hat Frau Schüller elf Managementbücher geschrieben; von ihr stammen auch ein Herausgeberbuch, Hörbücher und Hörbucheditionen. Ihre Bücher wurden mehrfach ausgezeichnet. So wurde ihr Buch "Touchpoints" 2012 mit dem großen Preis des Mittelstandes gewürdigt, ihr Werk "Das Touchpoint-Unternehmen" mit der Auszeichnung „Managementbuch des Jahres“ (2014). Bereits dreimal erhielt sie den Großen Deutschen Marketingpreis der HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association).

„Das wertvollste Vermögen, das ein Anbieter besitzt, ist die Loyalität seiner Kunden. Hohe Kundenloyalität und niedrige Abwanderungsraten sichern den dauerhaften Geschäftserfolg“, ist Anne M. Schüller überzeugt.

Mehr zu Anne M. Schüller finden Sie hier - die ServiceExpertin [von A bis Z](#).



## Kunden-Feedback leicht gemacht!

### Wie Sie die ServiceInitiative dabei unterstützt, Kunden-Statements zu erhalten.

Die ServiceMarke Leitbetrieb unterstützt auch Sie wirkungsvoll dabei, Feedbacks Ihrer Kunden einzuholen. Hierzu haben wir unseren Kundenfragebogen interaktiv gestaltet. Ihre Kunden können die Antworten direkt eintragen und mit einem Klick senden – ohne zusätzlichen Aufwand.

Nutzen Sie diese zusätzliche Möglichkeit, sich als serviceorientiertes Unternehmen darzustellen und Kundenbeziehungen nachhaltig zu pflegen. Erfahren Sie von Kunden – also aus erster Hand –, wie diese Ihr Unternehmen wahrnehmen.

Der Kundenfragebogen ist auch eine gute Möglichkeit, wieder mit Kunden in Kontakt zu kommen, die seit längerem inaktiv waren. Frischen Sie diese Geschäftsbeziehung wieder auf und leiten daraus Verbesserungsmöglichkeiten in Ihrem Service ab.

Sie hätten gerne eine weitere oder andere Frage in Ihrem interaktiven PDF aufgegriffen? – Kein Problem! Wenden Sie sich einfach an Ihren ServiceBerater bei Leitbetrieb Deutschland/Österreich. Wir erstellen gern ein individuelles Exemplar für Sie!



**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**