

Artikel Business to Business

Vertrauen – Ihr Erfolgskapital Eine gelebte Vertrauenskultur als wichtigste Voraussetzung für Kundenbindung

Wissen entsteht aus Unterschieden.

Wissensunterschiede werden immer größer. Serviceleistungen rund um Know-how- und Informationstransfer boomen. Einschlägige Unternehmen sprießen aus dem Boden. Unternehmen profitieren vom Wissensvorsprung gegenüber dem Kunden. Im Wirtschaftskreislauf des Gebens und Nehmens steht dem Mehrwert durch fachkompetente Dienstleistungen neben dem Zahlungsfluss vor allem auch das Vertrauen der Kunden gegenüber.

Der Kunde ist kundig.

Mag. Monika Herbstrith, Geschäftsführerin der Impuls & Wirkung – Herbstrith Management Consulting GmbH, begleitet und unterstützt als Unternehmensberaterin, Trainerin und Coach Organisationen in Veränderungs- und Entwicklungsprozessen. Dabei setzt sie vor allem auf unternehmensweite Kundenorientierung. „Geschäftserfolg entsteht durch zahlende Kunden.“ ist ihre simple, betriebswirtschaftliche These. „Ich bin „Dienst-Leisterin“ aus Überzeugung. In dieser Bezeichnung steckt die erfolgversprechende Ambivalenz zwischen respektvollem „Dienst“ am Kunden einerseits und selbstbewusster, professioneller „Leistung“ und Expertise des Anbieters andererseits.“ identifiziert sich Herbstrith mit den Chancen und Herausforderungen der modernen Dienstleistungsgesellschaft. Oder bildlich ausgedrückt: „Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.“ Dementsprechend steht die Analyse und das Verständnis der Ausgangssituation der Kunden, die gemeinsame Erarbeitung der individuellen Ziele, das individuelle Maßschneidern erfolgsversprechender Konzepte aus dem Repertoire aufbereiteten Wissens und die nachhaltig wirksame Umsetzung im Mittelpunkt des Handelns.

Der Dienstleister ist Spezialist für Lösungsmöglichkeiten, der Kunde ist Experte bezüglich seiner Anforderungen und der Nutzung der Leistungen.

Dies mündet in der Servicephilosophie: „Wir sind erfolgreich, indem wir den Kunden unterstützen, erfolgreich zu sein.“ Diesen Erfolg bestätigen der im New Business-Sonderheft 2/2000 „Alles über Consulting“ präsentierten Durchstarterin namhafte Organisationen wie der Flughafen Wien, IBM, Alcatel, McDonald's Österreich und der Wiener Krankenanstaltenverbund, die auf die Dienstleistungen des 11köpfigen Teams von Impuls & Wirkung vertrauen.

Neben den naheliegenden Konzepten des Cost Cuttings geht die unternehmerische Rechnung der Service-Leistungs-Differenzierung in immer mehr Bereichen auf. Darin bestehen die Chancen kleinerer Organisationen und Märkten: Im gleichen Maße wie der Druck der Giganten durch beeindruckende Fusionen wächst, entstehen dadurch hoffnungreiche Nischen für kreative Lösungsanbieter. Diese dynamischen Entwicklungen bergen zwei wesentliche Herausforderungen in sich: „Wie kann ich neue Kunden für meine innovativen Leistungen gewinnen?“ und „Wie kann ich meine Kunden bei all den Veränderungen weiterhin an meine Organisation binden?“ Die Gestaltung vertrauensvoller Kundenbeziehungen ist in beiden Fällen erfolgversprechend. Externe Kundenorientierung

[new_business_vertrauen_of.doc](#)

Artikel

Business to Business

nach außen aufrechtzuerhalten ohne sie nach innen zu leben entspricht einer Fassade, die gewaltige Statik braucht, um den Schein aufrechtzuerhalten.

Erfolgsfaktor Beziehungsqualität

„Dienstleistungsqualität braucht Beziehungsqualität – und diese wird durch Menschen erfahrbar“ bringt Herbstrith ihre langjährigen Wirtschaftserfahrungen rund um das Thema Managementqualität auf den Punkt. Den Aspekt Mensch auf Headcounts oder einen Kostenfaktor zu reduzieren, hält sie für einen fatalen Fehler, den die ausgebildete Physikerin darauf zurückführt, dass die Messmöglichkeiten die wahrgenommene Wirklichkeit stark prägen.

„Die parallele Arbeit auf der Sach- und Beziehungsebene quadriert den Erfolg.“ ist Herbstrith überzeugt. „Die besten Strategien und genialsten Konzepte sind nur soviel Wert, wie es gelingt, sie durch die MitarbeiterInnen im Geschäftsalltag zu beleben und sie damit für die Kunden erfahrbar zu machen.“ Die Organisation wird von den (potenzielle) Kunden durch die MitarbeiterInnen erlebt. Kunden können erst dann zum Partner in WIN-WIN-Strategien werden, wenn es gelingt, in der Organisation eine Vertrauenskultur des respektvollen Miteinanders zu leben. Im Grundsatz „Schau Dir an, wie Du Deine MitarbeiterInnen behandelst, und dann weißt Du, wie sie Deine Kunden behandeln werden.“ drückt sich die enge Relation zwischen MitarbeiterInnen-Orientierung, Kundenzufriedenheit und Geschäftserfolg aus, die sich auch in internationalen Studien eindrucksvoll belegen lässt.

*Vertrauen ist für alle Unternehmungen das große Betriebskapital,
ohne welches kein nützliches Werk auskommen kann.
Es schafft auf allen Gebieten die Bedingungen gedeihlichen Geschehens.
(Albert Schweitzer)*

Autorin Mag. Monika Herbstrith,
Geschäftsführerin von Impuls & Wirkung – Herbstrith Management Consulting GmbH
1210 Wien, Schlosshoferstraße 13-15 • Tel.: ++43/1/29 29 503 • Fax: ++43/1/2929503-4 •
e-mail: wirkung@impuls.at <http://www.impuls.at>