



www.sabinehuebner.de

Copyright für die Inhalte: Sabine Hübner©

VIZ Kongress
14.11.2018



Verband der
Installations-Zulieferindustrie

INHALTE

Service schafft Wert. Für Kunden, Mitarbeiter und Unternehmen.

INHALTE 2

SERVICE – DAS Differenzierungskriterium der Zukunft 3

Mehr über Sabine Hübner 6

Service-Blog-Abo 6

Newsletter 6

Literaturtipps 6

Anfragen oder Vortragsbuchung 6



SERVICE – DAS Differenzierungskriterium der Zukunft.

Service ist ein schillernder oder, was den Kern wohl eher trifft, strapazierter Begriff: von Self-Service über Wartungsservice, Luxus-Service, Service-Wartepunkt bis hin zu Wortkreationen wie „Fäkalien-Service“ begegnen uns die vielfältigsten Interpretationen.

Service – eine Herzenssache mit harter Auswirkung

Was ist also Service? Und was ist das Besondere an Service? Service ist wie darstellende Kunst: Er ist nicht materiell, er ist immer wieder einmalig, er entsteht im Zusammenspiel mit dem Kunden, er wird individuell völlig unterschiedlich wahrgenommen, und er lebt via Kommunikation. Einen Fehler kann man nicht einfach „reparieren“ und ungeschehen machen. So hinterlässt ein Mitarbeiter, der den Kunden mit falschem Namen anspricht, einen faden Beigeschmack. Wenn sich die Reparatur der hochwertigen Tasche wochenlang hinzieht, vergeht einem die Freude an der schönsten Tasche, und ohne Herzlichkeit am Empfang ist auch eine prachtvolle Lobby wenig wert. Ein schlechter Servicefilm lässt sich nicht einfach zurückspulen und noch mal mit einem anderen Drehbuch neu starten. Herausragender Service ist idealerweise schon im ersten Anlauf perfekt. Das allein hat Service schon immer zu einer besonderen Herausforderung gemacht. Jetzt kommen weitere Herausforderungen dazu. Wir leben in einer Welt, in der sich Unternehmen immer mehr ähneln. Die digitale Welt dringt in die materielle Welt ein. An manchen Stellen entwickelt sich der Kunde mehr zum „User“. Die Grenze zwischen Produkt und Service löst sich auf. Heißt das nun, dass in der Zukunft kein Raum mehr für persönlichen Service ist? Für Mensch-Momente, die unser Leben reicher machen? Das Gegenteil ist der Fall: Je digitaler unsere Welt wird, desto mehr wird der Anspruch der Menschen an die Qualität der persönlichen Begegnung nicht sinken, sondern ansteigen. Wissen und Nähe werden immer wichtiger werden. Individualität spielt mehr denn je eine essentielle Rolle. Für Unternehmen wird jeder Kontaktpunkt zur Prüfung. Stimmt der

Service nicht, ist der Kunde weg oder tut seinen Unmut öffentlich kund. Beides schmerzt, kostet Geld und den guten Ruf. Service wird zum größten Differenzierungsmerkmal.

Was innen nicht glänzt, kann außen nicht funkeln

Wer mit natürlichem und persönlichem Service Kunden begeistern will, muss allerdings zuerst die eigenen Mitarbeiter gewinnen. „Mein Kunde ist nebenan oder steht neben mir“ – diesen Satz sollten sich Führungskräfte jeden Tag ins Gedächtnis rufen. Denn nur ein zufriedener Mitarbeiter kann Zufriedenheit beim Kunden erzeugen, nur ein Mitarbeiter, der sich seinem Unternehmen verbunden fühlt, kann Bindungen zu seinen Kunden aufbauen und nur der kann Servicekultur von ganzem Herzen leben, der eine solche Kultur im eigenen Unternehmen jeden Tag erlebt. Eigentlich klar: Wenn schon Kollegen nicht aufmerksam miteinander umgehen, unwirsch kommunizieren und sich nicht aufeinander verlassen können, leben sie auch gegenüber dem Kunden keinen exzellenten Service. Mitarbeiterkommunikation muss direkt, ehrlich, offen und emotional sein, Prozesse und Strukturen jedoch durch und durch rational vom Kunden her gesteuert. Genau auf dieses komplexe Zusammenspiel kommt es an. Wenn das gelingt, können sich Mitarbeiter in leidenschaftliche Fans verwandeln. Und die brauchen Unternehmen für empathischen Service der Zukunft. Die Kundenansprache mit der Gießkanne funktioniert nicht mehr. Menschen haben ein tiefes Bedürfnis, wahrgenommen zu werden. Den Wunsch, sich gesehen, gehört und verstanden zu fühlen. Der Kunde der Zukunft möchte auf Augenhöhe mit einem Unternehmen sprechen, und er besteht darauf, dass das Unternehmen ihm zuhört. Er will, dass Unternehmen ihm genau das liefern, was er sich wirklich wünscht – oder besser noch: gewünscht hätte, wenn er selbst darauf gekommen wäre. Das geht nur mit empathischen Mitarbeitern – Profis mit Herz und Verstand. Empathie in Verbindung mit Freundlichkeit hat eine umwerfende Wirkung. Sie schafft magische Momente und ist der beste Weg, um Kundenvertrauen zu gewinnen. Mit Freundlichkeit drücken wir Verbindlichkeit und Wohlwollen aus. Wir erreichen die Menschen und eröffnen uns die Möglichkeit, selbst auf die schwierigste Situation positiven Einfluss zu nehmen. Und nur mit Empathie verstehen wir die Sichtweise des anderen, können zuvorkommend handeln und die genau richtige Lösung samt Kommunikation aus dem Köcher ziehen. Für eine maximale Begegnungsqualität in diesem Moment und einen begeisterten Kunden.

„Die gelebte Servicekultur ist die Summe der Geschichten, die sich Menschen über ein Unternehmen erzählen.“

Dafür brauchen Mitarbeiter aber Freiraum und kein enges Korsett, das Ihnen die Luft zum Atmen raubt. „Acting is reacting“ – so lautet eine Weisheit aus der Welt des Theaters. Das gleiche gilt für Service. Es darf für exzellenten Service kein starres Skript geben, das Mitarbeiter vorzubeten haben. So etwas erstickt jede Herzlichkeit unter dem Gewicht aufgesetzter Förmlichkeit. Gelingender Service ist immer von Empathie getragen. „Kann man Empathie lernen?“, werde ich oft gefragt. Meine Erfahrung aus vielen Projekten ist eindeutig: „JA!“. Die Wissenschaft sieht das übrigens genauso. Natürlich gibt es Menschen, denen Empathie in einem hohen Maße in die Wiege gelegt ist und andere, die sie erst über die Zeit entwickeln. Ganz sachlich betrachtet aber, entsteht eine empathische Handlung in vier Stufen. Wer die vier Stufen der Empathie versteht und umsetzt, kann einen Service anbieten, der unter die Haut geht:

1. Konzentration

Was könnte mein Gegenüber brauchen, um sich wohl zu fühlen? Konzentration ist eine zwingende Voraussetzung für Empathie. Nur wer sich konzentriert, kann das Gefühl für den richtigen Moment – den „Magic Moment“ – finden. Die größten Empathie-Killer sind Tools und Systeme, mit denen Sie sich mehr beschäftigen als mit dem Kunden. Immer wenn wir uns in einer Routine befinden, mangelt es an Konzentration. Daher ist es sinnvoll, Routinebrecher in den Alltag einzubauen.

Tip: Nutzen Sie einen „Anker“, um aus der Routine zu kommen. Beispiel: Wenn immer die nächste Tür in Ihrer Nähe aufgeht, heben Sie den Kopf. „Tür auf, Kopf hoch!“ Das schafft neue Konzentration.

2. Wahrnehmung

Wahrnehmung entsteht aus dem persönlichen Lebensstil und ist Trainingssache. Je mehr Kontraste Sie in Ihrem Leben zulassen, umso vielfältiger entwickelt sich Ihre Wahrnehmung.

Tip: Seien Sie neugierig! Kümmern Sie sich um Abwechslung und Erlebnisse!

3. Kreativität

Kreativität erblüht aus dem Spirit des Unternehmens. Humor und Offenheit steigern die Ideenvielfalt. Schreiben Sie Geschichten in die Köpfe der Kunden! Voraussetzung dafür sind exzellente Prozesse mit Freiraum für persönliche Begegnungen, für Geschichten, für Perspektivenwechsel und für Empathie.

Tipps: Tauschen Sie mit Ihren Kolleginnen und Kollegen Ideen und Geschichten aus. Lassen Sie sich nicht vom Totschlagargument „Zu wenig Zeit“ beeinflussen. Oft ist es nur ein kleiner Satz, der aus einem Moment einen ganz besonderen Moment macht. Oft brauchen wir nur einen Moment, um Menschen dort abzuholen, wo sie stehen.

4. Mut zur Umsetzung

Mut können Sie dann entwickeln, wenn Sie Erfolgserlebnisse und ein positives Kundenfeedback haben sowie die Zuwendung Ihrer Vorgesetzten. Jede positive Resonanz bestärkt einen Menschen über seine Grenzen hinauszugehen. Oft gibt es hochmotivierte Serviceheldinnen und -helden mit einer exzellenten Wahrnehmung. Sie hätten sogar noch eine gute Idee, um dem Kunden eine Freude zu machen. Und oft scheitert die Umsetzung der guten Idee daran, dass sie sich nicht trauen – aus Angst vor Fehlern. Fehler können wir nicht zu 100 % vermeiden. Fehler sind normal! Sie dürfen nur nicht zweimal passieren.

Und nein - die Mitarbeiter der Vorzeige-Unternehmen sind nicht mit dem „Kundenbegeisterungs-Gen“ zur Welt gekommen. Hinter solch einem Spirit stecken Liebe zum Detail, Beharrlichkeit und System. Service-Champions adressieren die relevanten Themen mindestens einmal die Woche und sehr motivierend bei ihren Mitarbeitern. So selbstverständlich wie Zähneputzen. Diese Konsequenz in Verbindung mit Freude am Besserwerden verändert die innere Einstellung und die Haltung. Und nur dann suchen Mitarbeiter engagiert Wege, um ihre Kunden zu begeistern. Und nur dann finden sie immer die richtige Tonlage und Intensität der Ansprache. Und nur dann werden Sie zu Heldinnen und Helden und überwinden Grenzen: menschliche Grenzen, technische Grenzen. Sie machen etwas möglich, das unmöglich schien. Sie schaffen Mensch-Momente. Dafür lieben wir sie. Dafür lieben wir eine Marke.

Bildnachweis: S11_Photocase.de

Mehr über Sabine Hübner

Sabine Hübner ist gefragte Keynotespeaker, erfolgreiche Unternehmerin und geschäftsführende Gesellschafterin der Managementberatung Richtig Richtig.com. Die mehrfache Buchautorin zählt zum Kreis der „100 Excellent Speaker“, wurde zwei Mal mit dem Conga Award ausgezeichnet und zum „Top-Speaker of the Year“ gewählt. Als „**Service-Expertin Nr. 1 (Pro 7)**“ hat sie seit Jahren die Kundenbrille auf und begeistert dafür, besondere Momente in der Begegnung mit dem Gast zu zaubern. **Rednerprofil:**

http://sabinehuebner.de/wp-content/uploads/2016/07/Rednerprofil_Sabine_Huebner.pdf

Service-Blog-Abo

Schmökern und Geschichten lesen: Hier können Sie meinen Service-Blog abonnieren

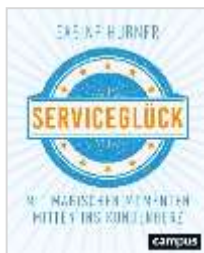
<http://sabinehuebner.de/service-blog/>

Newsletter

Trends, Tipps und viel Inspiration 4 x im Jahr: Hier geht es zur Anmeldung

<http://sabinehuebner.de/service/newsletter-servicekultur/>

Literaturtipp



SERVICEGLÜCK

Mit magischen Momenten mitten ins Kundenherz
Campus-Verlag, Hardcover gebunden; 34,95 Euro
Erscheinungstermin 9. März 2017

[Bestellung hier](#)



30 MINUTEN EMPATHIE

Gabal-Verlag, gebundene Ausgabe; 8,90 Euro
Erscheinungstermin 30. September 2017

Anfragen oder Vortragsbuchung

Elisabeth Moosreiner
Büro Sabine Hübner in München
Am Hart 1a
85375 Neufahrn
Fon +49.8165.6477777
Fax +49.8165.6477776
Mail em@sabinehuebner.de
www.sabinehuebner.de