

<b>Produkt:</b>	<b>B011 Externe und interne Kundenorientierung</b>
<b>Ausgangslage:</b>	In den Zeiten wachsenden Konkurrenzdrucks wird die für den Kunden erlebbare Kundenorientierung eines Unternehmens immer stärker zu einem Wettbewerbsvorteil. Wer ihn nicht nutzt, wird auf Dauer nicht bestehen. Dieses Marktgesetz gilt auch für den internen Wettbewerb. Zahlreiche Outsourcing-Projekte zeigen, dass mangelnde Leistungsfähigkeit und Kundenorientierung einfach am externen Markt kosten-günstig ausgeglichen werden können. Die meisten Unternehmen wissen nicht wirklich, was ihre Kunden von ihnen erwarten und bieten ihren Kunden damit oft nicht den besten Kundennutzen. Ressourcen und Chancen werden vergeudet.
<b>Ziel/ Zielgruppe:</b>	Geschäftsführer, Führungskräfte, Abteilungen, Unternehmensbereiche, Dienstleister, die eine (interne) kundengerechte Leistung erbringen und langfristig überleben wollen.
<b>Nutzen:</b>	Kurz- und langfristige Imageverbesserung Anpassung der Leistung an den Kundenbedarf Engpassorientierter Einsatz von Ressourcen Messbare Steigerung der Kundenzufriedenheit Langfristige Existenzsicherung des Unternehmens
<b>Inhalte:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensweite Sensibilisierung der Betroffenen für das Thema Kundenorientierung (Workshops und Coaching)</li> <li>• Ermittlung der Kundengruppen</li> <li>• Erarbeitung von Beurteilungskriterien durch die Kunden in Kundenworkshops</li> <li>• Einschätzung der Kundenzufriedenheit durch die Kunden</li> <li>• Umsetzung der Ergebnisse der Kundenbefragungen und</li> <li>• Konzeption engpassorientierter Veränderungsstrategien und Maßnahmenpläne</li> <li>• Ergebnisreporting an Kunden</li> <li>• Umsetzungscoaching und -training</li> <li>• Zyklische Erfolgsmessung und <b>Controlling</b></li> </ul> <p>Der Inhalt gilt sowohl für externe wie auch interne Kunden</p>
<b>Aufwand:</b>	Nach Aufwand
<b>Bemerkungen:</b>	Die Erfahrungen zeigen, dass unsere Form der Kundenbefragungen unternehmensweite Auswirkungen generieren. Voraussetzung für den Erfolg von Kundenbefragungen ist die Bereitschaft des Topmanagements, dies zuzulassen und die Ergebnisse konsequent umzusetzen. Die Bereitschaft der Kunden, sich an den Workshops zu beteiligen, ist sehr hoch und verbessert nachweislich deren Loyalität zum Lieferanten.