

Wer als Vertriebsverantwortlicher mit direktem Kundenkontakt arbeitet weiß, dass eine Kundenorientierung unerlässlich ist, um vor allem langfristig erfolgreich zu sein. „**Der Kunde ist König**“ ist ein Mantra, das allseits bekannt und auch oftmals verinnerlicht ist.

Doch was viele Unternehmer leider außer Acht lassen ist, dass auch im Vertriebsinnendienst eine Kundenorientierung als wegweisend gilt.

Leider erlebe ich in meiner Praxis als Beraterin häufig, dass Unternehmer das Vertriebs-Know-How ihres Innendienstes schmälern, sie sogar als leicht ersetzbar ansehen. Nicht selten höre ich Äußerungen wie: „Na die müssen doch nur Aufträge eingeben und Liefertermine rausgeben – das ist ja keine Rocket-Science...“

In der Spitze führt dies dann dazu, dass Keyaccount-Manager auf den Sockel gehoben und Kundenservice-Mitarbeiter herabgesetzt werden.

Doch wer so sein Unternehmen führt, wird nie das volle Potential seines Vertriebes entfalten! Denn berücksichtigen Sie als Gesamtverantwortliche(r) in Ihrer Führung, dass

- der Kunde oftmals im Tagesgeschäft mehr mit dem Innendienstmitarbeiter kommuniziert und nur im Jahresgespräch oder bei Aktionsplanungen mit dem Keyaccount-Manager spricht?
- gerade bei Reklamationen der Kundenservice der primäre „*Point of contact*“ ist und so dort die Verantwortung liegt, den unzufriedenen Kunden zielführend und zufriedenstellend zu einer Lösung zu führen?
- der Kundenservice die Visitenkarte für ein Unternehmen ist; was früher die Empfangsdame war, ist heute in Zeiten digitaler Kommunikationsmittel die Abteilung Kundenservice.

Achten Sie daher schon bei der Rekrutierung Ihres Kundenservice-Personals auf eine hohe Service- und Lösungs-Orientierung.

Unternehmer müssen jedoch eine Sache dringend beachten: Der Vertriebler hat ein natürliches Interesse an der Kundenzufriedenheit, da er i.d.R. durch Boni an den Umsatz gebunden ist. Daher wird er sich aus eigenem Interesse um seinen Kunden bemühen.

Bei Innendienstmitarbeitern gibt es i.d.R. diese Verbindung nicht. Daher müssen Sie spezielle Mechanismen finden, um den Innendienstmitarbeiter zu einer erhöhten Service-Orientierung zu motivieren.

Sie möchten Ihr bestehendes Personal im Kundenservice nachträglich schulen? Jeder Kundenservice ist anders und muss mit unterschiedlichen Kunden, Produkten sowie Hemmnissen durch interne Prozessprobleme jonglieren.

Im Rahmen eines **maßgeschneiderten Workshops** schule ich Ihr personal basierend auf Ihrer individuellen Zielsetzung – selbstverständlich Corona-konform gerne im Rahmen eines Online-Workshops.

✉ Schreiben Sie mir gerne über LinkedIn oder XING oder **direkt** ✉

und wir sprechen drüber!