



PG Personen Grundlagen



CRM - Ihre Kundschaft

erkennen! begegnen! pflegen!

Der Traum der Selbständigkeit ist bei vielen Angestellten und Arbeitnehmern mit folgenden Vorstellungen verbunden:

Endlich selber Chef!

Endlich selber meine Arbeit einteilen!

Endlich jemand sein!

Wer die Selbständigkeit aus den oben aufgeführten Gründen sucht, wird hart landen.

Was hat das alles mit den Kunden zu tun?

Wer selbständig wird, verwandelt die Beziehungswelt in eine Kundenwelt. Alle, jede/r wird, je nach Branche, plötzlich zur/zum möglichen potentielle/r Kundin/Kunden oder zu einem Multiplikator zu möglichen Kundinnen und Kunden. Als LebensunternehmerIn ist diese Grundeinstellung die Basis im Verhalten zu den Mitmenschen. Alle Beziehungen verwandeln sich in Kundenbeziehungen.

Für Sie heisst, das, dass Sie sich dieser Kundschaft gegenüber ein „Set von Verhaltensregeln“ zulegen, die Sie angemessen handeln lassen. Doch zuerst sollen Sie sich bewusst werden, wer denn Ihre Kunden überhaupt sind. Über den konkreten Umgang mit den von Ihnen entdeckten Kundengruppen erfahren Sie mehr unter „Strategie“ und „Praxis“.

Entwickeln Sie Ihr Kundenbewusstsein

Beantworten Sie die folgenden Fragen bei jeder der bei Ihnen vorhandenen Kundengruppe (Checkliste auf der folgenden Seite!).

1. Welche Ansprüche hat dieser Kunde?
2. Wo befriedige ich die Ansprüche dieses Kunden zu 100%?
3. Wo befriedige ich die Wünsche dieses Kunden zufriedenstellend?
4. Wo mangelt es an der Erfüllung vorhandener Bedürfnisse?
5. Wo erfülle ich die Wünsche in keiner Weise?
6. Was macht diesem Kunden besonders Freude?
7. Welche Vorlieben hat dieser Kunde?
8. Wie kann ich die Vorlieben dieses Kunden in mein Handeln einbeziehen?



Zu jeder dieser Frage können Sie auch noch „Weshalb?“ hinzufügen und etwas Ursachenforschung betreiben.

Als SelbsternehmerIn gibt es für Sie generell die folgenden Kundengruppen
(müssen nicht alle tatsächlich vorhanden sein, sie können die Liste selbständig verfeinern)

- | Meinen gegenwärtigen Kunden | Kunde ja | nein |
|--|----------|------|
| Bereich Herkunftsfamilie | | |
| 1. Sie selber | | |
| 2. Vater | | |
| 3. Mutter | | |
| 4. Geschwister (differenzieren Alterer Bruder etc.) | | |
| 5. Weitere Verwandte, Cousins, Götti, Onkel, Tanten etc. | | |
| Bereich Partnerschaft / eigene Familie | | |
| 1. Ihr/e Partner/in, Freundin | | |
| 2. Ihr/e Kind/er | | |
| 3. Schwiegereltern (-mutter, -vater) | | |
| Bereich ausserfamiliäre Beziehungen | | |
| 1. Ihr/e beste/r FreundIn | | |
| 2. Vereinskolleginnen, -kollegen | | |
| 3. Nachbarn | | |
| 4. Kollegen beim Hobby (Verein, Weiterbildung etc.) | | |
| Bereich Beruf / Arbeit | | |
| 1. Ihr/e Arbeitskollege /in | | |
| 2. Ihr/e Vorgesetzte/r | | |
| 3. Ihr/e Chef/in | | |
| Allgemein | | |
| 1. Begegnungen an Weiterbildungen, Meetings, Anlässen | | |
| 2. Begegnungen unterwegs (Morgenzug, Bus, | | |



Fazit

Wo fallen Ihnen Antworten leicht?

Wo „harzt“ es mit Antworten?

Ihr Input:

Wenn Sie Anregungen, Kritik etc. anbringen wollen, dann TUN SIE ES! Ich bin als Ihr Kunde darauf angewiesen! Vielen Dank!

Mögliche Werkzeuge für die bessere Ausrichtung gibt es unter Strategie. Die Checklisten werden laufend erarbeitet.

marktwärts-tipp: Lassen Sie sich Zeit bei der Beantwortung der Fragen zu den Kundengruppen. Nehmen Sie die Menschen um sich herum zuerst einfach einmal als Kunden wahr und beginnen Sie dann mit Ihren Notizen