



Dienstleistungsinitiative
Baden-Württemberg

„Vom Kunden lernen - Beschwerden als Chance“

DIENSTLEISTUNGSFORUM

AM 14. APRIL 2005, HAUS DER WIRTSCHAFT BADEN-WÜRTTEMBERG,
STUTTGART

MARKETING
CLUB / / /

KARLSRUHE



Marketing-Club Region Stuttgart e.V.

KOMPETENZ

IN DER / / /

TECHNOLOGIE

REGION / / /



Baden-Württemberg
WIRTSCHAFTSMINISTERIUM



Viele Unternehmen sind sich der Verbesserungspotenziale, die in „Kundenbeschwerden“ stecken, nicht bewusst. Sie sehen nicht, dass der Kunde mit seiner Kritik an Qualität, Leistungszeitpunkt, Service etc. verstanden und ernst genommen werden möchte. Dabei

können kritische Kundenaussagen Anlass sein, Beschwerden systematisch zu erfassen, nach deren tieferen Ursachen zu suchen, sie in den Verbesserungsprozess von Produkt- und Leistungserstellung zu integrieren und so gezielt Kundenzufriedenheit zu schaffen.

Nach einer wissenschaftlichen Untersuchung sind Kunden mit der Behandlung ihrer Beschwerden wenig zufrieden. Nur 4 von 100 beschwerten sich bei ihrem Lieferanten oder Dienstleister. Das heißt, dass 96 % der unzufriedenen Kunden für das Unternehmen/den Dienstleister gar nicht erkennbar werden. Viele wandern still zur Konkurrenz ab. Darüber hinaus erzählt jeder unzufriedene Kunde etwa 10 Personen über seine schlechten Erfahrungen. Häufig sind sich Unternehmen dieser negativen Wirkungen für Image und Absatz nicht bewusst.

Erfolgreiche Unternehmen haben ein Beschwerdemanagement. Bei ihnen werden Kunden ausdrücklich um Verbesserungsvorschläge gebeten, und Kundenbeschwerden sind Chefsache. Diese Unternehmen nutzen

die Kundeninformationen über Mängel ihrer Produkte, eine unbefriedigende Beratung durch Mitarbeiter oder einen unzulänglichen Service und beseitigen zügig solche Schwachstellen. Sie vermitteln dem Kunden das Gefühl, dass das Unternehmen/der Dienstleister ihn zufrieden stellen will und wird. Dieser Kunde wird seine positiven Erfahrungen fünf weiteren Personen mitteilen. Bis zu 70% der zufrieden gestellten Kunden werden Dauerkunden, die Kundenbindung wird gefestigt und die Wettbewerbsfähigkeit erhöht.

Das Wirtschaftsministerium und die Marketing-Clubs Stuttgart und Karlsruhe veranstalten zusammen mit Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern in Baden-Württemberg ein Dienstleistungsforum. Wir laden Sie zu einer praxisorientierten Halbtagsveranstaltung über Möglichkeiten und Vorteile eines zielorientierten Beschwerdemanagements für kleine und mittlere Unternehmen ein. Dabei erhalten Sie unmittelbar umsetzbare Informationen und Erfahrungen aus der Praxis und können mit Pionieren des Beschwerdemanagements diskutieren. Zielgruppen sind Unternehmerinnen und Unternehmer aus allen Branchen sowie Multiplikatoren.

Ernst Pfister MdL

Wirtschaftsminister und stellvertretender
Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg

14.00 UHR ERÖFFNUNG

Ernst Pfister MdL Wirtschaftsminister Baden-Württemberg

14.10 UHR GRUSSWORT

Prof. Ekbert Hering, Präsident Marketing-Club Region Stuttgart e.V.

14.20 UHR FACHVORTRAG

„Kundenorientiertes Beschwerdemanagement als Wettbewerbsvorteil“

Prof. Dr. Bernd Stauss, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

DISKUSSIONSMÖGLICHKEIT

15.20 UHR KAFFEPAUSE

15.40 UHR WORKSHOPS (Die Workshops beginnen gleichzeitig)

1. DER UMGANG MIT BESCHWERDEN

Organisation, Systematik und strategische Einbindung des Beschwerdemanagements

Moderation: Thomas Müller, Target Marketing

Praxisbeispiele: Eberhard AG, Gmünder ErsatzKasse, Kompetenzzentrum Customer Care e.C./Tellur GmbH, TTS Tooltechnic Systems AG & Co. KG

2. DIE SCHNITTSTELLE MENSCH/MENSCH ALS ERFOLGSFAKTOR

Mitarbeitermotivation und-qualifikation, Anreize und Kompetenzen

Moderation: Achim Kelbel, Unternehmensberater

Praxisbeispiele: Badkultur Beuttenmüller, Campina GmbH & Co. KG, Gebr. Märklin & Cie. GmbH, Novotel und Hotel Mercure Sindelfingen

3. DER DIALOG MIT DEM KUNDEN

Wege und Instrumente eines aktiven Beschwerdemanagements

Moderation: Georg Blum, CommunDia GmbH

Praxisbeispiele: Dekra Automobil GmbH, E. Breuninger GmbH & Co., Edelstahl Rosswag GmbH, Projektteam Kulturhauptstadt Karlsruhe

4. DER KUNDE IST (FAST) WEG!

Strategien und Instrumente zur Kundenbindung und Wiedergewinnung

Moderation: Wolf Hirschmann, SLOGAN GmbH

Praxisbeispiele: arvato direct service GmbH (Bertelsmann-Gruppe), Baden-Württembergische Bank AG, Brangs + Heinrich

5. KUNDENORIENTIERTER UMGANG MIT BESCHWERDEN IM HANDWERK

Organisation, Qualifikation der Mitarbeiter und Kundenkommunikation

Moderation: Franz Falk, Handwerkskammer Region Stuttgart

Praxisbeispiele: Autohaus Jung GmbH, Bäckerei Baier, Negele GmbH Küchen/Innenausbau

17.15 UHR KURZBERICHTE AUS DEN WORKSHOPS, DISKUSSION

Moderation: Dr. Rosellen, Wirtschaftsministerium

18.00 UHR ENDE

ANMELDUNG MIT WORKSHOP-NENNUNG

Schriftlich siehe unten oder online www.dienstleistungsoffensive.de

Ansprechpartnerin: Frau Alicia Spahr, Tel.: 0711/123-2571,

E-mail: alicia.spahr@wm.bwl.de

Die Teilnahme ist kostenlos, die Teilnehmerzahl begrenzt.

Anmeldeschluss: Montag 11.04.2005

ANFAHRTSKIZZE



Bitte Antwortschreiben ausreichend frankiert im Fensterumschlag zurücksenden oder zufaxen. Fax: 0711/ -123-2754

HINWEIS: Gemäß § 26,1 des Bundesdatenschutzgesetzes unterrichten wir Sie über die Speicherung ihrer Anschrift in einer Datei und die Bearbeitung mit automatischen Verfahren.

ANTWORTSCHREIBEN

Wirtschaftsministerium
Baden-Württemberg
Frau Alicia Spahr
Theodor-Heuss-Str. 4

70174 Stuttgart

Vorname, Name _____
Firma _____
Straße _____
PLZ, Ort _____
Telefon _____ Fax _____
E-Mail _____

Bitte Workshop ankreuzen !
1. 2. 3. 4. 5.