

Klaus Kobjoll/Roland Berger

Tune

Neue Wege zur Kundengewinnung und -bindung

Herausgegeben von Rolf Widmer

orell füssli Verlag AG

Inhalt

8	Vorwort
9	1. Stimmung ist wichtiger als Kapital
9	Herzlich in harten Zeiten
12	Kunden schätzen Menschen und nicht Leitbilder
15	Der Kurs stimmt – stimmt auch der Sound?
17	Das Gefühl für den Moment
20	2. Qualitätsmanagement weiterentwickeln
20	In Form bringen oder in Norm bringen?
23	Fördern, was nicht eingefordert werden kann
23	Führung ausrichten mit dem EFQM-Modell
27	Überraschungsqualität wird immer wichtiger
30	TUNE – Stimmung steuern
33	Sensible Dienstleistung mit harter Ergebnis- orientierung verbinden
36	3. Die TUNE-Faktoren
36	Den Service-Sound steuern
38	Das Gefühl für zu viel und zu wenig
40	Der T-Faktor
41	Das Einzigartige hinüberbringen
42	Werte und Sinn vermitteln
44	Stolz und Begeisterung leben
46	Das Kundeninteresse am Konzept berühren

- 48 Der U-Faktor
- 51 Konstant und sicher in schwierigen Situationen
- 53 Bequem, einfach, schnell
- 55 Der N-Faktor
- 56 Angenehme Erscheinung
- 59 Positiver Dialog
- 61 Freundlich in schwierigen Situationen
- 63 Entspanntes Umsorgen
- 64 Der E-Faktor
- 65 Antizipieren
- 67 Einsatzbereitschaft
- 69 Ansteckendes Wissen
- 70 Zum nächsten Schritt bringen
- 71 Kompliziertes einfach machen

- 75 **4. Die Kunst des Feinabstimmens**
- 75 Richtig abschmecken
- 77 Polaritäten erkennen
- 78 Zu viel und zu wenig Unternehmens-Spirit
- 82 Zu viele und zu wenige sichere Abläufe
- 84 Zu viel und zu wenig Wohlbefinden
- 86 Zu viel und zu wenig Energie
- 88 Mitarbeiter müssen jeden Tag
die Brille aufsetzen
- 90 TUNE in die Herzen der Mitarbeiter bringen

- 93 **5. Serviceketten «aufladen»**
- 93 Service-Dramaturgie
- 97 Enge oder offene Regieanweisungen?
- 99 Von außen nach innen gestalten
- 101 Klarheit über Atmosphäre
- 102 Akzente setzen
- 104 Details, die Kunden berühren

- 107 Heimliche Berührungen
- 109 Schilder und Tafeln sprechen lassen
- 111 Stammkunden individuell behandeln
- 112 Wiedergutmachung nach Mass
- 116 6. Das Glänzen in den Augen der Mitarbeiter**
- 116 Begeisterung und Hingabe wecken
- 119 Das Team zusammenstellen
- 125 Schulung à la carte
- 128 Teambesprechungen mit Energie
- 130 Teamleader spielen voll mit
- 134 Liebevolle Kritik
- 135 MAX – der Mitarbeiter-Aktien-Index
- 138 Was ist mein Beitrag zum Ganzen?
- 140 7. Mit Lebenszyklen arbeiten**
- 140 Der Lebenszyklus von Organisationen
- 144 Wo stehen die Schlüsselpersonen?
- 145 Die Wellen nutzen
- 151 8. Stimmung kann man nicht kopieren**
- 151 Hart und weich
- 153 Ziele kaskadieren
- 155 Energie durch hohe Ergebnisorientierung
- 158 Viel kann zu viel werden
- 159 Dranbleiben
- 161 Das Ohr bei den Mitarbeitern haben
- 163 Vertrauen und Anerkennung
- 165 Professionalisierung und Emotionalisierung
- 167 Glamour
- 169 Den Spirit weitertragen
- 173 Literaturverzeichnis