



GEOMATIK NEWS[®] 22.11.18 Technopark Zürich

Vorstellung KMU-HSG und Urs Fueglistaller



Das Schweizerische Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG) fokussiert sich seit vielen Jahrzehnten konsequent auf die Belange und Bedürfnisse von KMU mit dem Ziel, diese langfristig erfolgreicher zu machen

www.kmu.unisg.ch



Urs Fueglistaller, Jg.'61, Prof. Dr., schloss 1987 sein Studium an der HSG ab und trat gleich ins KMU-HSG ein. Promotion 1993 / Habilitation 2001. Heute Professor für Unternehmensführung an der Universität St.Gallen mit Schwerpunkt KMU. Fueglistaller ist Direktor des KMU-HSG und Vater von zwei erwachsenen Söhnen.

Konsequente Kundenorientierung



Bestehende Kunden: Kernfragen für die künftige Kundenbeziehung und für den Einbezug der Mitarbeitende

- Wofür steht inskünftig mein Unternehmen, damit wir für unsere langjährigen Kunden attraktiv bleiben?
- Wie entwickeln wir uns (gemeinsam) weiter?
- Wofür lohnt es sich für meine Mitarbeitende, damit sie Verantwortung gegenüber den Kunden übernehmen?
- Wie bleibe ich trotzdem nahe beim Kunden?

Neue Kunden: Kernfragen für die künftige Kundenbeziehung und für den Einbezug der Mitarbeitenden

- Wie gestalten wir die erste Zusammenarbeit, damit der Kunde noch mehr möchte?
- Wie begreifen meine Mitarbeitenden, dass der erste Eindruck der Leitstrahl für eine lange Zusammenarbeit ist?



Neue Kunden



Neue Kunden



Potenzielle Kunden: Kernfragen für die künftige Kundenbeziehung und für den Einbezug der Mitarbeitenden

- Wofür steht mein Unternehmen?
- Wie schaffe ich eine Welt, die den Kunden «gluschtig» macht?
- Und wie kommt der Kunde ganz einfach an meine Produkte ran?
- Wie werden meine Mitarbeitenden Botschafter meines Unternehmens?

Grundmuster

Gibt es ein Grundmuster für alle drei Typen von Kunden, damit die Beziehung «besonders» wird?

Ja...

**Wirkungskonsequenz
verhilft zur
«Service Excellence»**



Praktikerformel «Service Excellence»

Damit wird Service Excellence als **Alleinstellungsmerkmal** in der Branche wahrgenommen

Die Praktikerformel lautet:

«Die Wirkungskonsequenz ist dann erfolgreich, wenn die daraus resultierende Service Excellence besser als die der übrigen 90% der Branchenvertreter ist»

**Wirkungskonsequenz
verhilft zur
«Service Excellence»**



Sich auf den Kunden freuen



Das Zugewandte

Das Zugewandte in der Handlung

- Umsetzung der Haltung und der Bereitschaft hin zu kompetenter Handlung zugunsten der Kunden
- Handlungskompetenz ist die individuelle Zuversicht um den richtigen Einsatz seiner Handlungsmöglichkeiten im Sinne der Selbstdisposition
- Je nach Situation, Betroffenen, Timing oder Kontext unterschiedlich
- Vier Handlungsmaximen für Service Excellence:

Versprechen einhalten

Persönlicher Touch

Extra-Meile gehen

Reklamationen ernst nehmen

„Erlesene Köstlichkeiten“



Versprechen einhalten





Persönlicher Touch



Extra Meile gehen



«Extra Meile» gehen oder «Dienst nach Vorschrift»



Reklamationen ernst nehmen





