



Foto: Fotolia VI

# Verkaufen mit Biss

Ihr Vortrag hat die Südtiroler Unternehmen aufhorchen lassen: Mit provokanten Thesen hat die Marketingexpertin Anne M. Schüller beim ersten Dialogmarketingkongress in Brixen aufgezeigt, warum sich Unternehmen nicht wundern dürfen, wenn sie Kunden verlieren. Ein Auszug aus ihrem Referat.

**D**ie Hirne Ihrer Mitarbeiter sind faule Hirne und bei der Gelegenheit, auch die Hirne Ihrer Kunden sind faule Hirne. Warum? Ich erlebe so oft Verkäufer, Marketer, Unternehmensleiter, die sagen: Unsere Kunden, die wissen doch, dass es uns gibt. Und ich sage Ihnen, die haben Sie schon längst wieder vergessen.

Die Kunden da draußen haben schon alles. Unternehmen verkaufen in volle Kühlschränke, in volle Kleiderschränke, in volle Bäuche, in volle Fertigungshallen. Nur wenn unser Hirn etwas unbedingt haben will, dann sind wir bereit, richtig Geld auszugeben. Das Wichtigste ist, mit einem Produkt den Kunden auch emotional zu berühren.

**KUNDEN VERMISSEN MENSCHLICHKEIT.** Die treudoofen Kunden sterben aus. Heute glauben wir Kunden eher dem, was unser Umfeld uns erzählt und sogar dem, was uns wildfremde Menschen im Internet erzählen, statt den Hochglanzbroschüren der Anbieter am Markt. Wir sind zu oft belogen und betrogen worden. Wer treue Kunden möchte, muss Kunden-

treue belohnen. Wir Kunden vermissen die Menschlichkeit.

**WER IST DAS SCHWEIN?** Wie reden Sie als Führungskraft über Ihre Mitarbeiter und wie reden alle gemeinsam im Unternehmen über die Kunden? Wie heißen die Kunden bei Ihnen? Bei Banken heißen Kunden Risiko. In der Hotellerie, in



Anne M. Schüller hielt auf Einladung der Dialogwerkstatt ein Referat in Brixen

der Gastronomie sind sie eine Nummer, an Tisch Nummer 13 sitzen zwei Schweinebraten und ein Wiener Schnitzel. Ja, so reden die. Da kommt der Ober und fragt: Wer ist das Schwein? Und da meldet sich auch noch einer!

In Zukunft werden nur lachende Unternehmen Chancen haben: Unternehmen, die ihren Kunden und ihren Mitarbeitern mit Wertschätzung, Aufmerksamkeit, Anerkennung und Respekt und vor allem mit Kreativität entgegenreten.

**MITTELMASS STIRBT AUS.** Heute verliert ein schlecht geführtes Hotel, das negative Bewertungen im Internet bekommt, bereits jeden fünften Gast. Das sind 20 Prozent. Denn ich werde nur dann eine positive Empfehlung aussprechen, wenn mich das Hotel und seine Mitarbeiter begeistern und wenn die Leistung eine bemerkenswerte Spitzenleistung ist. Sie können das tollste Produkt der Welt haben, wenn ich Sie nicht leiden kann, empfehle ich Sie nicht. Also das zwischenmenschliche, auch der Zwischenmenschliche Dialog, gerade das „Face to Face“, spielen eine entscheidende Rolle. ◀