

# Für gute Gefühle

10 kreative Ideen für Danke-Aktionen: der Sternenstaub in Kundenbeziehungen

**W**ir können gar nicht genug Aufmerksamkeit darauf lenken, Berührungspunkte zwischen Anbieter und Kunde herzustellen. Meist sind es verblüffende, faszinierende Details, wie das Danke sagen, die dabei zu Begeisterung führen. Diese nenne ich „Sternenstaub“.

Für ein Danke braucht es kein Budget, sondern Kreativität! Jeder ehrliche Dank bringt zum Ausdruck, dass man das, was ein anderer tut, wirklich schätzt. Bringen Sie also das Danken in Ihre Unternehmenskultur. Und kreieren Sie Danke-Aktionen, wo es nur geht. Hier gleich ein paar Ideen dazu:

**1. Machen Sie einmal pro Woche** Ihren persönlichen Dankeschön-Tag. Rufen Sie mindestens fünf Kunden/Kollegen/Mitarbeiter an, und sagen Sie einfach mal danke. „Kuschel-Call“ sagt man dazu. Nicht an Callcenter wegdelegieren – selber „kuscheln“. Und wichtig dabei: Nichts verkaufen – nur

„kuscheln“. Über den Nachsatz: „Haben Sie bei der Gelegenheit noch eine Frage an mich?“ und einer langen Pause ergibt sich womöglich noch was.

**2. „Danke, dass Sie heute unser Kunde waren“**, sagt die Verkäuferin. „Kommen Sie doch bald mal wieder vorbei!“ „Danke, dass Sie am Telefon immer so angenehm sind. Ich freue mich schon auf das nächste Gespräch“, sagt der Kundendienst-Mitarbeiter. „Danke, dass Sie gleich damit zu uns gekommen sind“, heißt es bei einer Reklamation. Und: „Danke, dass Sie das so offen aussprechen“, sagt man selbst bei der dicksten Beschwerde.

**3. Unser Gehirn muss trainieren**, um zu brillieren. Was nicht regelmäßig genutzt wird, verwildert. Auf ihrem Karriereweg nach oben verlieren leider viele (männliche) Manager die Gewohnheit, bitte und danke zu sagen, ohne sich dessen bewusst zu sein. Führen Sie dazu ganz gezielt eine Strichliste – und sagen Sie mindestens 50-mal danke pro Tag. So verankert sich das Dankesagen in Ihrem zerebralen Autopiloten, ohne dass Sie darüber nachdenken müssen.

**4. Lassen Sie alle Ihre Briefe** und Mails, wenn passend, mit einem „Danke“ beginnen. Und lassen Sie Ihre Produkte Dankeschön sagen. „Danke“, sagt etwa der Boden einer Käsepackung. „Mit dem Kauf dieses Produkts haben Sie einige Kühe im rauen Norden Hollands richtig glücklich gemacht.“ Naja, über den Text kann man streiten, aber die Idee als solche ist gut.

**5. Danken Sie Ihren Kunden** nicht zu deren Geburtstag, sondern zum Geburtstag der Kundenbeziehung. Die A1 Telekom Austria verschickt an ihre Business-Kunden ein Danke-Plakat zum 1. Jahrestag der Zusammenarbeit. Autohändler könnten dem neuen Auto eine Glückwunschkarte schicken – und Küchenbauer der Designerküche eine Weihnachtskarte, beides verbunden mit einem Dank.

**6. Führen Sie in Ihrem Unternehmen** einen Danke-Mottotag ein – und überlegen Sie sich gemeinsam ein paar verrückte Sachen dazu. Einer meiner Kunden hat zum Beispiel einen Ideenbaum in den Meetingraum gestellt, an dem entsprechende Vorschläge angebracht und auch gepfückt werden können.

**7. Machen Sie für Ihre Kundenparkplätze** ein „Danke, dass Sie uns besucht haben“-Schild, und stellen Sie es auf, bevor der Kunde Sie verlässt. Oft sind es genau solche Kleinigkeiten, die man so nicht erwartet hat, die zur Begeisterung führen. Wir können nicht genug Aufmerksamkeit darauf lenken.

**8. Für sofort bezahlte Rechnungen bedankt sich das Hotel Schindlerhof** und verschickt einen pffiffigen Text, falls eine Mahnung nötig sein sollte. Eine Gemeinde in der Schweiz verschickt ein Dankschreiben für prompte Steuerzahlungen. Und mit welchem fantasievollen „Danke“ können Sie Ihre Kunden überraschen?

**9. Führen Sie am Ende** von Besprechungen eine kleine Dankeschön-Runde ein. Jeder Teilnehmer, der möchte, dankt dabei einem Kollegen für etwas, das ihm anerkennenswert erscheint. Eine solche Wertschätzungskultur tut allen Beteiligten und damit auch dem Betriebsklima gut. Sie hebt die Stimmung und bringt Lebensqualität an den Arbeitsplatz.

**10. Sammeln Sie alle ungunstigen** Redewendungen, die Sie im Laufe einer Woche aufschreiben. Setzen Sie sich dann Freitagmittag zusammen und überlegen Sie gemeinsam, wie Sie das Gefundene positiver formulieren können. So las ich bei einem Event: „Vergessen Sie nicht, Ihre Handys während der Veranstaltung auszuschalten.“ So klingt es besser: „Bitte schalten Sie Ihre Handys erst nach der Veranstaltung wieder ein. Dankeschön.“ Und aus einem „Blumenbeete betreten verboten“ kann dann ein „Bitte nicht auf uns treten“ werden.

Und was fällt Ihnen, angeregt durch diese Beispiele, so alles ein? Viele weitere Ideen zu diesem Thema finden Sie übrigens in meinem Buch „Touchpoints“.



**Anne M. Schüller**

Sie ist die Experte im Touchpoint-Management, Bestsellerautorin und Businesscoach. [www.anneschuller.de](http://www.anneschuller.de)



Fotos Shutterstock, privat