



Kommunikation im modernen Büro – mehr als Technik? Unternehmen machen sich "Fit for Customer".

"Die beste Sprache ist immer jene des Kunden." Diese kluge Erkenntnis hatte bereits Anton Fugger im 16. Jahrhundert und doch ist die Kommunikation mit Kunden und Interessenten in der Servicewüste Deutschland immer noch geprägt vom "Störfaktor Kunde".

In einem Zeitalter, in der die technischen Entwicklungen in einem rasanten Tempo fortschreiten, gewinnt die zwischenmenschliche Kommunikation und somit das Beherrschen der eigenen Sprache mit allen Facetten mehr und mehr an Bedeutung. Kaum noch ein Unternehmensbereich, der nicht über die verschiedenen Medien in einem direkten Kontakt mit Kunden und Interessenten steht. Somit befindet sich heute jeder einzelne Mitarbeiter eines Unternehmens in einem direkten Wettbewerb mit Mitarbeitern anderer Unternehmen. Denn wenn Produkte mehr und mehr vergleichbar werden, wenn Preiskämpfe den Markt bestimmen und der Kunde über die neueren Medien wie Internet, Email oder auch Mobile Marketing mit Leichtigkeit eine absolute Transparenz des Angebotes für sich schaffen kann, dann kann nur noch der Faktor Mensch das Zünglein an der Waage sein. Nur die Unternehmen, die dieses erkannt haben, werden zukünftig einen erfolgreichen Marktplatz für sich beanspruchen können.

Die Technik mit allen Neuerungen und Möglichkeiten, wie sie auch im Rahmen des BÜRO-Forums 2001 präsentiert werden, ist sicher ein wichtiger Faktor zur Erleichterung der Arbeit, zur Erhöhung der Geschwindigkeit in der Erbringung von Leistungen und zur Optimierung der Produktqualität. Letztlich jedoch ist sie das Mittel zum Zweck und wird vom Kunden und Interessenten nur dann honoriert und bemerkt, wenn der Verkäufer oder der Berater über eine exzellente Kommunikationsfähigkeit mit einem hohen Service- und Dienstleistungsbewußtsein verfügt. Dann grenzt er sich positiv ab und schafft den Sprung zu einer echten Kunden-Beziehung, bei der die Zusammenarbeit für beide Partner ein Gewinn ist.

Es gilt also, alte Strukturen aufzubrechen und ein neues Bewußtsein für die Bedeutung der eigenen Kommunikation nach innen und nach außen zu schaffen. Ein Unternehmen, das nach innen eine positive und von Wertschätzung geprägte Kommunikation pflegt, wird diese auch nach außen hin leben und dokumentieren. Jeder kennt dieses Gefühl einer angenehmen Atmosphäre in einem Unternehmen, die allen Mitarbeitern anzumerken ist. Jeder kennt jedoch auch das Gefühl, als Kunde oder Interessent einfach nur störend zu sein.

Wenn ein Unternehmen diesen positiven Schritt der Veränderung oder Weiterentwicklung gehen will, dann ist die Begleitung durch einen professionellen und erfahrenen Trainer und Berater sinnvoll. Hierbei sollte jedoch nicht nur die

@FRIENDS
GmbH & Co. KG
Marktstrasse 7_7a
33602 Bielefeld
Telefon 05 21_96 97_0
Fax 05 21_96 97 100
info@friends-bielefeld.de
www.friends-bielefeld.de



@FRIENDS
GmbH & Co. KG
Theodor-Heuss-Str. 5a
38122 Braunschweig
Telefon 05 31_88 66_0
Fax 05 31_88 66 100
info@friends-braunschweig.de
www.friends-braunschweig.de

in Workshops oft praktizierte "Wir haben uns alle lieb-Methode" im Vordergrund stehen. Vielmehr geht es heute darum, konkrete und praxis-orientierte Wege aufzuzeigen, wie das Unternehmen über eine kompetente und menschliche Kommunikation erfolgreicher nach innen und am Markt wirken kann. Kunden und Interessenten werden dadurch besser gefunden und last not least auch besser und intensiver an ein Unternehmen gebunden.

Der Wettbewerbsfaktor "Service" kann mit überschaubaren Investitionen oftmals mehr langfristigen Erfolg nach sich ziehen, als das weitere "Wettrüsten" im Bereich der modernen Technologie.

Persönlich haftende
Gesellschafterin:
@FRIENDS
BETEILIGUNGS GMBH
Amtsgericht Bielefeld
HRA 36540
@FRIENDS
GMBH & CO. KG
Amtsgericht Bielefeld
HRA 13957
Geschäftsführer:
Marc Gobbetto,
Heike Ehlers,
Erika Haack