

Kundenorientierung wird immer wichtiger

Die Bedeutung der Kundenbindung für den Unternehmenserfolg hat in den vergangenen Jahren mehr und mehr Anerkennung erfahren.

Untersuchungen haben gezeigt, dass Kunden zum Teil erst nach mehrjähriger Geschäftsbeziehung Gewinne für das Unternehmen erbringen, da die Kundenneugewinnung mit hohen Kosten verbunden ist.

Um eine konkrete Kundenbindungsstrategie entwickeln zu können, muss zunächst die Zielgruppe der Kundenbindung ausgewählt werden. In einem zweiten Schritt ist die Art der Kundenbindung geeignet zur Zielgruppe festzulegen (emotionale Bindung, ökonomische Bindung, vertragliche Bindung etc.)

Nur ein Unternehmen, das die Erwartungen seiner Kunden kennt, wird diese auch zufriedenstellend erfüllen können und somit positive Erfahrungen generieren.

Es zeigt sich zum wiederholten Mal, wie wichtig die Kundenorientierung für ein Unternehmen ist.

Kundenorientierung zielt darauf ab, nicht die maximal mögliche Leistung zu generieren, sondern exakt die Leistung zu erbringen, die der Kunde verlangt (Keuper 2000, 60). Daraus ergeben sich folgende Fragestellungen:

- Welche Anforderungen stellt also ein Kunde an ein Unternehmen, und
- was heisst es, genau die unternehmerische Leistung zu erbringen, die vom Kunden erwünscht wird?
- Wie können Kundenwünsche und –bedürfnisse erfasst und ihnen Rechnung getragen werden?

Kundenorientierte Unternehmen müssen die Komplexität ihrer Kunden erfassen können und ihr (gesamtes) Organisationssystem an die Kunden anpassen:

Lernen Sie Ihre Kunden zu verstehen

Kundenentwicklung ist ein Kernprozess

