

# „Wie ein Menü der Spitzenklasse“



Wenn in den Chefetagen großer Konzerne und des Mittelstands das Schlagwort „Serviceverbesserung“ fällt, dann steht ihr Name ganz oben auf jeder Liste möglicher Spezialisten und Berater. Sabine Hübner ist erfolgreiche Unternehmerin und Praktikerin durch und durch. Sie gehört zum Referentenpool „Von den Besten profitieren“, zu den „Top 100 Excellent Speaker“ und wurde von der German Speakers Association in der Kategorie „Professionell“ anerkannt. Der Fernsehsender Pro 7 bezeichnet sie als „Serviceexpertin Nr. 1 in Deutschland“, und das Magazin „Focus“ zählt sie zu den „Erfolgsmachern“.

## Was bedeutet für Sie perfekter Service?

Die etwas einfallslose Tasse Kaffee zum Beratungsgespräch muss eher zum Standard gezählt werden, der vom Kunden schlicht vorausgesetzt wird. Wirklich punkten lässt sich dagegen mit maßgeschneidertem, also auf die jeweilige Zielgruppe oder besser noch auf das Individuum zugeschnittenem Service, der einen klaren Mehrwert bringt, positiv überrascht und begeistert. Sahnehäubchen-Service könnte man das nennen, weil diese Leistungen das Kaufen versüßen und zum Erlebnis machen.

## Können Sie uns ein Beispiel für ein solch vorbildliches Serviceangebot nennen?

Vorbildlich sind die Service-Leistungen eines ÖPNV-Unternehmens im Ruhrgebiet, das sich intensive Gedanken über die wahren Wünsche seiner Fahrgäste gemacht hat. Es verspricht zum Beispiel die vollständige oder teilweise (je nach Ticketart) Übernahme der Taxikosten, wenn wegen Verspätung des Verkehrsmittels eine Anschlussfahrt nicht erreicht wird. Auf Wunsch halten die Busfahrer nach 20 Uhr auch zwischen den Haltestellen. Wenn man günstig wohnt, also direkt vor der eigenen Haustür. Die Fahrgäste können ganztags beim Fahrer ein Taxi zur Haltestelle bestellen. Personen über 60 können sich von einem Seniorenbegleiter zu Hause abholen lassen – und das kostenlos, sofern sie im Besitz eines gültigen Fahrscheins sind. Die Begleiter üben mit den Senioren den Fahrscheinkauf am Automaten und machen sie mit der Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel vertraut. So können auch ältere Menschen Hemmschwellen überwinden. Sie werden wieder mobil und selbstständig und können verstärkt am öffentlichen Leben teilnehmen. Ein wichtiger Faktor für mehr Lebensqualität.

## Wie sehen Sie die Postbank in Sachen Service aufgestellt?

Die Postbank ist schon auf einem sehr guten Weg. Sie konzentriert sich auf das Retailbanking und damit auf den Privat-

kunden als Menschen mit all seinen Bedürfnissen. Zudem besinnt sie sich wieder auf ihre Stärken und sucht nach Möglichkeiten, durch die Optimierung von Prozessen und die Reduktion von Komplexität bei den Produkten dem Kunden Entscheidungen und überhaupt das Leben einfacher zu machen. Nicht zuletzt macht sie das Thema Servicequalität zu einem Kernthema. Damit setzt sie sich auf intelligente Weise von ihren Wettbewerbern ab.

## Was bedeutet in diesem Zusammenhang intelligent?

Sich wirklich auf die Wünsche des Kunden zu konzentrieren. Einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen, der krisenfest ist, der also nicht wegen der momentanen Finanzkrise abgeschafft werden muss. Oder noch genauer: Man muss sich für einen Mehrwert entschieden haben, der gerade in der Krise sein volles Potenzial ausspielt. Eben dieser garantiert eine fest im Unternehmen verankerte Servicekultur, dank der alle Mitarbeiter systematisch individuelle Serviceleistungen produzieren.

## Wie kann ein solcher Mehrwert aussehen?

Wenn sich ein Kunde für ein bestimmtes Angebot der Postbank entschieden hat, braucht er eine positive Bestätigung seiner Entscheidung. Dieses Gefühl kann eine Bank vermitteln, indem sie nicht nur in der Akquisephase, sondern in allen Kontaktstufen eine unverändert hohe Servicequalität liefert. Die Betreuung des Kunden während der Bearbeitungszeit sowie bei der Abwicklung des Auftrags und vor allem der After-Sales-Service sind die entscheidenden Teilschritte im Hinblick auf Nachfolgaufträge. Wie ein Menü der Spitzenklasse muss der Service einer Bank eine durchgehende Komposition sein, die Zutaten müssen zueinander passen, die Gänge aufeinander abgestimmt sein.