

„Service ist das Bindeglied hin zu den Kunden“

Anders zu sein alleine reicht nicht, wichtig ist, richtig anders zu sein, sagt Managementberaterin und Autorin Sabine Hübner. Gemeinsam mit dem Service-Excellence-Experten Carsten K. Rath zeigt sie beim Innovationskongress in Villach, wie das gemacht wird.

INES TEBENSZKY

„Kärntner Wirtschaft“: Wie gelingt es Unternehmen, sich von den Mitbewerbern erfolgreich abzuheben?

Sabine Hübner: Innovation und Kreativität sind wichtig – keine Frage. So sehr, dass aus dem Drang, anders zu sein, Querdenken vielfach zum Dogma, zu einer flach inszenierten Modeerscheinung geworden ist. Eine konstruierte Originalität ohne Substanz und der krampfhafteste Versuch, immer alles anders zu machen, führen in die Irre. Der ungeliebte Bruder von Querdenken heißt Ressourcenverschwendung oder Misserfolg. Wir brauchen kein unreflektiertes Quer- und Andersdenken, sondern ein neu gedachtes Relevanzdenken.

Was kann man darunter verstehen?

Relevanzdenken heißt die richtigen Dinge richtig tun. Es ist die kompromisslose Konzentration auf das, was dem Kunden wirklich nützt.

Gibt es dafür ein Erfolgsrezept?

Das beste Anderssein ist das Bessere sein. Dazu haben wir vier „Excellence-Felder“ definiert: Leadership, Service, Innovation und Operations. Weg von Ideen und Maßnahmen, die wenig Potenzial haben, hin zu einem Bewusstsein für die richtigen Schritte und zu Konsequenz in der Umsetzung. Unser besonderer Fokus liegt dabei auf Service-Excellence. Die digitale Welt dringt in die materielle Welt ein und löst die Grenze zwischen Service und Produkt auf. Beispiel Kühlschrank: Früher konnte er nur kühlen, in Zukunft soll er selbstständig Gurken bestellen können. Produkte, Design und Dienstleistungsprodukte sind heute schnell kopierbar. Die Haltung in einem Unternehmen ist schwer kopierbar – und Service-Excellence ist eine Haltung. Service ist das Bindeglied zwischen Unternehmen und Kunden.

Wie findet man heraus, welche Ideen für die Kunden oder das Unternehmen relevant sind?

„Der ungeliebte Bruder von Querdenken heißt Misserfolg.“

Sabine Hübner,
Managementberaterin



Der Kunde muss kompromisslos im Fokus sein, betont Managementberaterin und Autorin Sabine Hübner. Foto: KK

Der erste Schritt besteht darin, sich in allen Excellence-Feldern permanent in die Situation des Kunden zu versetzen, ihm zuzuhören, sein Verhalten zu beobachten und Details wahrzunehmen. Relevante Innovation entsteht, wenn wir Kundenbedürfnisse verstehen und antizipieren können.

Was bedeutet Relevanz für die Unternehmensführung?

Es bedeutet, den Kunden kompromisslos im Fokus zu haben. Relevanzdenken ist eine Haltung im Unternehmen. Relevant ist etwas fürs Unternehmen letztlich nur, wenn es zu guten Ergebnissen führt, zu Kundenloyalität und Wirtschaftlichkeit. Und das wiederum setzt Relevanz beim Kunden voraus. Das bedeutet auch, „Nein“ zu sagen zu irrelevanten Leistungen, zu denen Mitbewerber „Ja“ sagen, um ihr Produkt künstlich aufzuladen. Und „Ja“ zu

sagen zu relevanten Leistungen, zu dem Mitbewerber notorisch „Nein“ sagen“, weil sie entweder nur am Benchmarking hängen oder ohne Sinn und Verstand querdenken.

Welchen Tipp können Sie Unternehmern mitgeben?

Wenn alle Mitarbeiter jede Entscheidung – ob klein oder groß – nur unter dem einzig entscheidenden Faktor treffen „Was hat mein Kunde davon?“, dann ist das Ergebnis für alle relevant – für die Mitarbeiter, das Unternehmen und die Kunden zugleich.

ZUR PERSON

- ▶ Sabine Hübner wurde 1966 in Vöcklabruck geboren.
- ▶ Nach dem Studium der Sprachen Französisch und Spanisch hat sie sich beruflich bald auf die Optimierung der Kundenbetreuung und die Implementierung von Servicestrategien spezialisiert.
- ▶ 1991 gründete sie ein Service-Unternehmen.
- ▶ Seit 1999 ist Hübner als Beraterin im Bereich Kundenservice tätig.
- ▶ Zahlreiche Publikationen hat sie veröffentlicht, darunter den Titel „30 Minuten Service ist das Zauberwort des Erfolgs“.

Sabine Hübner, Service-Expertin Nr. 1 in Deutschland, wird am Mittwoch, 13. November, 18 Uhr, im Großen Saal des WIFI in Klagenfurt referieren. Infos/Anmeldung: marketing@wkk.or.at oder Tel. 05 90 90 4 DW 275.