

Du bist WOW!

**Sind zufriedene Kunden automatisch treue Kunden?
Das könnte man denken. Aber deshalb muss es noch lange nicht stimmen.
Untersuchungen quer durch alle Industriezweige
zeigen nämlich einen Trend ganz deutlich:
Die Wechselbereitschaft der Kunden steigt ständig.**

So gibt es auch für Mercedes-Benz – lange Zeit der Autobauer mit den loyalsten Kunden – schon lange keine Garantie mehr dafür, dass der C-Klasse-Kunde von heute auch morgen noch hinter dem Steuer eines Autos mit dem Stern sitzt. Und das, obwohl er mit seinem Auto eigentlich zufrieden ist. Für die Mercedes-Kunden – genauso wie die Talkline Kunden – gilt künftig noch mehr als heute: Sie müssen begeistert und nicht einfach nur zufrieden sein von ihrem gesamten Kundenerlebnis. Zufriedenheit alleine reicht nicht mehr aus, um auch morgen noch im Geschäft zu sein.

Warum braucht Talkline WOW!?

Die Kundenzufriedenheit bei Talkline ist in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen. Lag der entsprechende Index im dritten Quartal 2001 noch bei 100 Punkten, so liegt er heute bei sage und schreibe 125. Allerdings ist eines nur bedingt gelungen:

der Schritt von der Kundenzufriedenheit zur Kundenloyalität. "Wir wollen, dass Talkline Kunden länger als 24 Monate unsere Kunden bleiben. Loyalität erreicht man aber nicht mit Perfektion alleine – Loyalität erreicht man vielmehr mit Emotionen. Die Kunden müssen staunen, sie müssen etwas wirklich toll finden – sie müssen "Wow!" sagen – dann steigt auch die Loyalität", ist Torben überzeugt. Denn wer kann schon wirklich mit Argumenten begründen, warum er bei Aral tankt und nicht bei Shell, oder warum er Persil statt Ariel kauft – denn ein wichtiger Bestandteil der Kundenloyalität sind Emotionen. Und genau solche Emotionen sollen mittels WOW! bei den Talkline Kunden geweckt werden.

Ein Beispiel für die Bandbreite von Emotionen im Zusammenhang mit einem Kundenerlebnis ist ein Imbiss: Jeder Gast erwartet einfach, dass sich dort auch Papierservietten

befinden. Sind sie vorhanden, ist er zufrieden, aber mehr auch nicht. Fehlen Servietten, ist er zurecht sauer, weil er nicht weiß, wo er seine Finger abwischen soll. Findet er aber nicht nur Papierservietten vor, sondern auch noch ein Erfrischungstuch, wird er sagen: "Wow, das nenn' ich aber mal mitgedacht!", und er wird den Imbiss beim nächsten Hunger wieder aufsuchen.

Auch jeder Talkliner war bestimmt schon einmal super positiv überrascht, weil er oder sie ein tolles Kundenerlebnis gehabt hat. Sei es eine Rose an der Tankstelle. Oder weil der Bäcker zusätzlich zu den Brötchen eine Tageszeitung verschenkt hat. Oder ... oder ... oder. Und man selbst hat gedacht: "Wow! Das hätte ich jetzt aber nicht erwartet!" Und genau da soll es auch mit Talkline hingehen: Auch Talkline soll künftig Kunden haben, die nicht nur zufrieden sondern die begeistert sind. Kunden, die immer wieder sagen: "Wow, das hätte ich von meinem Mobilfunkanbieter aber nicht erwartet!" Denn so wird gelingen, dass aus zufriedenen Kunden auch wirklich loyale und



damit langjährige Kunden werden – und deshalb gibt es bei Talkline das neue Projekt namens WOW!

Talkliner sagen WOW!

"Ich habe ein NKL-Los besessen. Da ich nie irgendetwas gewonnen habe, wollte ich das Los kündigen. Mit der Bestätigung meiner Kündigung kam eine Postkarte mit Fragen, was der Grund für meine Kündigung sei. Auf der Karte klebte ein Teebeutel mit der Aufschrift "Setzen sie sich gemütlich bei einer Tasse Tee hin und sagen Sie uns, warum Sie kündigen." Das habe ich dann auch getan und gedacht, "Wow, das ist aber nett."
**Oliver Schäfer,
Projektkoordination Mobile Unit**

"Ich komme aus Prisdorf. Dort hat vor zwei Jahren ein großer Marktkauf eröffnet, der neben allen Lebensmitteln auch Haushaltswaren, Kosmetikartikel und Ähnliches verkauft. Ich finde es toll, dass man dort jetzt in der Vorweihnachtszeit einen Geschenke-Einpackservice kostenlos in Anspruch nehmen kann. Selbst, wenn ich ein Paket Mehl einpacken lassen möchte, stehen dort Mitarbeiter des Supermarktes bereit, die das kostenlos machen. Das halte ich für einen Super-Service, den ich in einem Supermarkt nicht erwarten würde."
**Andrea Brütt-Schumacher,
Vertriebsinnendienst**

"Ein Schuhgeschäft in Husum. Ich wollte ein Paar schöne Schuhe kaufen, die aber nicht mehr in meiner Größe vorhanden waren. Die Schuhe werden mir jetzt aus einer anderen Filiale in meiner Größe per Post nach Hause geschickt. Sollten die Schuhe nicht passen, kann ich sie selbstverständlich wieder zurückschicken. Da ich noch ein weiteres Paar kaufen wollte und mich länger in diesem Geschäft aufhielt, bekam ich während des Gesprächs noch einen Cappuccino angeboten. Zum Schluss drückte mir die Verkäuferin eine bereits voll beklebte Gewinnspielkarte in die Hand, für die man eigentlich zehn Aufkleber sammeln muss. Da habe ich mir gesagt, in diesem Laden kaufe ich gern wieder Schuhe."
**Ralf Poppe,
Kooperationsmarketing unicomdirekt**

"Ich habe letztens Weihnachtsgeschenke im Internet unter www.luckybamboo.de bestellt. Dort gibt es viele witzige Kleinigkeiten und Geschenkideen, die sich optimal für rummelvermeidende Einkäufer wie mich eignen. Als die bestellte Ware eintraf, lagen überall im Paket verteilt kleine Haribo-Tütchen – darüber habe ich mich sehr gefreut."
Dominique Tast, Vertrieb





Du bist WOW!

"Wieso bin ich WOW!?" wird sich so mancher nun immer noch fragen. "Weil wir jeden von euch brauchen, um unsere Kunden zu überraschen", erklärt Torben. "Jeder, wirklich jeder, kann etwas dazu beitragen – egal ob er im Produktmanagement oder in der Finanzbuchhaltung arbeitet. Die Beispiele der Talkliner zeigen es: Jeder hat schon einmal dieses WOW!-Erlebnis gehabt. Genau dieses WOW! wollen wir von unseren Kunden."

Dafür sind allerdings zwei Dinge entscheidend: gute Ideen und die konsequente Umsetzung dieser Ideen. Und aus diesem Grund sind alle Talkliner gefordert. Beispiele gefällig?

Der Ausbau von myTalkline auf der talkline.de. Nahezu alle Bereiche haben daran mitgewirkt, dass der Kunde nun fast alles selber administrieren kann, von der Buchung neuer Services bis hin zur Vertragsverlängerung. Und wir bekommen immer wieder Emails in denen steht: "Wow, ich finde es toll, dass ich bei Ihnen zu jeder Zeit fast alles selber machen kann!"

Ein anderes Beispiel: Der Bildschirm an unserem Empfang. Hier werden unsere Besucher täglich namentlich empfangen. Viele Gäste sagen: "Wow, das ist aber eine nette Geste!" Der Gast fühlt sich willkommen und geschätzt. Allerdings klappt das nur, wenn alle Talkliner, die Besuch bekommen, daran denken, den Empfang einen Tag vorher zu informieren. Das ist der Grund, warum jeder Talkliner ein Teil

von WOW! sein muss. Torben: "Wir brauchen diesmal nicht nur jede Menge gute Ideen, sondern jeden einzelnen von euch, damit diese Ideen an jeder Stelle des Unternehmens umgesetzt werden. Nur so wird der Kunde, egal wo er mit Talkline in Kontakt tritt, sagen ‚Wow! Das hätte ich nicht erwartet‘."

Berichtet uns, wo ihr schon mal WOW! gesagt habt.

Teilt uns mit, welche anderen Ideen ihr habt, damit die Talkline Kunden zukünftig häufiger WOW! sagen.

Ihr könnt euch mit euren Ideen direkt an **Sven Voss** wenden unter der Email-Adresse wow@talkline.de.

Und damit eure Mühe nicht umsonst ist, verlosen wir unter den Einsendern bis zum 15.1.2006 zwei nagelneue Nokia 6030 – und das ist doch wirklich WOW! – oder?!

» Die Talkline Kunden sollen sich nicht nur über einen guten Service freuen – der Service sollte ihnen regelmäßig den Atem verschlagen! «

WOW! und Top

"Aber was ist der Unterschied zwischen WOW! und Top?", wird so mancher sofort fragen und: "Wieso schon wieder ein neues Programm?"

Die Antwort ist ganz einfach:

- Top soll Talkline dabei helfen, dass die Kunden mehr als bisher telefonieren – mit Top soll erreicht werden, dass die Kunden das Geld zu Talkline bringen.
- Mit WOW! hingegen soll erreicht werden, dass die Kunden gerne bei Talkline sind, dass sie Talkline auch weiter empfehlen. Nicht weil sie in einer Tariftabelle gesehen haben, dass Talkline ganz vorne steht, sondern weil sie immer wieder positiv überrascht wurden, von dem Service, von den Produkten und von den Mitarbeitern ...



2x
Nokia 6030
zu gewinnen