

KUNDENMANAGEMENT IN UNGEWISSEN ZEITEN.

DAS HANDOUT ZUM WEBINAR



CHARLY'S CHECKPOINT
Events - a part of your online!

Top 100
EXCELLENT TRAINERS

CONVENTION BUREAU
KARLSRUHE & REGION

innolution valley

Startup Valley news

ME A
MOBILE EVENT APP BY PLAZZ AG

Cyber

Top 100
EXCELLENT TRAINERS

Top 100
EXCELLENT SPEAKERS

DAS TIRAMISU-PRINZIP

TIRA MI SU
ODER
ZIEH MICH HOCH

Es gibt viele Legenden zur Entstehung des Tiramisu. Unzählige Theorien ranken sich um die Entstehung des Tiramisu, und ehrlich gesagt ist es bis heute nicht ganz klar wer ihn erfunden hat und wie er entstanden ist. Es gibt jedoch eine Theorie die uns besonders gefällt und die wir als unsere Wahrheit definiert haben:

Es war in der Nachkriegszeit des 2. Weltkriegs. Italien war in einer starken Rezession. Der Krieg hatte seine Spuren hinterlassen und die wirtschaftliche Lage hatte sich aufs Gemüt einer ganzen Nation geschlagen. So auch ging es an diesem besagten Tag einem Geschäftsmann, der nach einem enttäuschenden Morgen Zuflucht zu seinen Lieblingsrestaurant fand. "Buongiorno Signore" rief ihm der Gastronom zu. "Buongiorno" erwiderte der Herr, mit einer Stimme die alles andere als fröhlich klang. Der Gastronom sah sich sofort in der Pflicht diesem Mann etwas Gutes zu tun. Er stürmte in die Küche und forderte mit energischer Stimme den Koch auf etwas vorzubereiten, dass seinen Gast aufmuntern können. "Cosa devo preparare?" "Was soll ich zubereiten?" so der Koch, sichtlich unter Druck. Jeder, der schon einmal zu Hause für seine Gäste gekocht hat kann diesen Druck nachvollziehen.

Der Koch ging in sich und dachte sich. Es müssen schnell verwertbare Kohlenhydrate her um den Kreislauf anzukurbeln, Löffel-Bisquits! Diese tränke ich Kaffee, Koffein bringt Energie. Ei und Mascarpone liefern Proteine, die den Körper mit essenziellen Aminosäuren versorgen. Die Wirkung des Kakaopulvers muss an dieser Stelle nicht erklärt werden. Fertig war das Dessert.

WIE — VIELE — MENSCHEN
FÜHLEN
SICH — WERTGESCHÄTZT



11% FÜHLEN SICH WERTGESCHÄTZT.

43% AB UND ZU.

46% NICHT WERTGESCHÄTZT.

Wir haben Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht und Beruf gefragt ob, Sie sich wertgeschätzt fühlen. Wir freuen uns über die 11% und haben Hoffnung bei den 43%. Die 46% können und wollen wir nicht akzeptieren!

DAS TIRAMISU-PRINZIP

Die Klingel, die dem Servicepersonal gilt, wenn das Essen abholbereit ist, muss an diesem besonders laut geklungen haben. Schließlich sollte an diesem Tag ein Dessert mit Weltruhm entstehen. Vielleicht war es aber auch die Hoffnung des Kochs, seinen Beitrag leisten zu können.

Die Strategie des Kochs sollte aufgehen. Bei jedem Löffel, den der Herr zu sich nahm verbesserte sich die Laune: “Grazie, questo mi ha tirato su“ “Danke, das hat mich hochgezogen“. Und da war er der Name des neu entstandenen Desserts: TIRA-MI-SU oder eben ZIEH-MICH-HOCH.

**WAS LEHRT
UNS
DAS?**

Die Menschen treten täglich an, um den Wirtschaftsstandort Deutschland zu stärken. Nur wollen sie nicht hinter Zahlen und Statistiken verschwinden, sondern gesehen werden als das, was sie sind – ein bedeutsamer Teil des Ganzen, ein talentierter Mitspieler im Orchester, ohne dessen Einsatz die Erfolgsmelodie schräg klingen würde.

Sie hoffen auf Wertschätzung und ein individuelles Lob. Sie sind bereit, ihre Grenzen zu verschieben und sich weit über die Standards hinaus einzubringen mit ihren Talenten. Sie würden gern ein Schild vor sich hertragen, auf dem steht: Ich bin besonders und ich gebe mein Bestes. Davon träumen sie – manchmal ein ganzes Arbeitsleben lang.

DAS TIRAMISU-PRINZIP

Wir mögen weder Slogans, noch ein Lob aus Taktik. Denn all diese sogenannten Instrumente der Motivation verhindern die wirklichen Emotionen. Was wir befürworten, ist die intrinsische Motivation, die immer dann entsteht, wenn ein Mensch mit Herz und Verstand und mit allen Farben seiner Gefühle bei wahrgenommen wird.

Wir sind mit der italienischen und der deutschen Mentalität aufgewachsen. Unsere Eltern kamen bereits in den 1960er-Jahren als Gastarbeiter nach Deutschland, wollten ihren Beitrag zum Wirtschaftswunder leisten, und im Gepäck trugen sie die Kultur ihrer Heimat mit sich. Zum Glück haben sie diese nicht abgestreift, sondern haben uns fernab von der deutschen Idee »selbst ist der Mann« gelehrt, dass geteiltes Leid ein halbes Leid und geteilter Erfolg ein doppelter ist. Wir durften als Kinder weinen, wenn wir traurig waren, wir durften vor Freude stampfen, wenn uns im Spiel etwas besonders gut gelang.

Emotionen gehörten zu unserem Alltag wie Sonne und Mond zum Himmel. Stets trat die gesamte Familie in unsere Kinderwelt ein, um zu trösten oder zu applaudieren, je nach Situation. Das gab uns das Gefühl, richtig zu sein.

Genau von diesem Gefühl sprachen wir unserem Webinar. Den Kunden dieses Gefühl zu geben, dass wir für sie da sind wenn sie uns brauchen. Jeder natürlich mit den Möglichkeiten, die ihm zu Verfügung stehen.

Aus dieser Philosophie entstehen die strategischen Denkanstöße für das Kundenmanagement in ungewissen Zeiten.

KUNDENMANAGEMENT IN UNGEWISSEN ZEITEN

1. WARUM KUNDENNÄHE UND PRÄSENZ WICHTIG IST.

SIE HABEN VIEL ZEIT UND GELD INVESTIERT, UM KUNDEN ZU AKQUIRIEREN UND EINE STABILE BEZIEHUNG AUFZUBAUEN. DER KUNDE WIRD SICH ERINNERN, WER IN SCHWIERIGEN ZEITEN PRÄSENT WAR.

PRÜFEN SIE IHR CMS (CUSTOMER MANAGEMENT SYSTEM) UND DATENBANK. FRAGEN SIE SICH, WAS DAS PROBLEM IHRER KUNDEN IST. STELLEN SIE IHRE KOMPETENZ UND EXPERTISE ZUR VERFÜGUNG, UM IHREN KUNDEN JEZTZT ZU UNTERSTÜTZEN.

2. KOMMUNIKATION

VERMEIDEN SIE VORGEFERTIGTE KAMPAGNEN UND MAILINGS, DER KUNDE KÖNNTE DIES ALS MANGELDE EMPATHIE EMPFINDEN. **GEHEN SIE AKTIV IN DEN AUSTAUSCH MIT DEM KUNDEN. SOFERN SIE DIE MÖGLICHKEITEN HABEN DEN KUNDEN ZU UNTERSTÜTZEN, DANN TUN SIE DIES. ANDERNFALLS DANKT IHNEN DER KUNDE, DASS SIE IN SCHWIERIGEN ZEITEN AN IHN GEDACHT HABEN UND AN SEINER SEITE WAREN. DENKEN SIE DARAN, DAS IHR KUNDE DERZEIT EIN "PAZIENT" IST.**

3. WELCHE KANÄLE KOMMEN IN FRAGE.

FRAGEN SIE SICH WELCHE KANÄLE FÜR SIE IN FRAGE KOMMEN, UM SICH MIT IHREN KUNDEN IN VERBINDUNG ZU SETZEN. SEIEN SIE AUTHENTISCH. NUTZEN SIE SOZIALE MEDIEN, TELEFONATE, VIDEOBOTSCHAFT ODER EIN SCHREIBEN SIE EINEN PERSÖNLICHEN BRIEF. GEBEN SIE IHRER BOTSCHAFT EIN GESICHT – EINE STIMME.

DEFINIEREN SIE IHRE INTENTION: ICH WILL MEINEN KUNDEN MUT GEBEN. ICH WILL MOTIVIEREN. ICH WILL FÜR MEINEN KUNDEN DA SEIN.

MEDURI & SPANU

KRISEN INTELLIGENZ

Klarkommen und richtig Handeln in der Krise.

BENÖTIGEN SIE INSPIRATION?

UNTERSTÜTZUNG IM KRISENMANAGEMENT?

FÜR DEN NEUSTART?

Das Krisenmanagement beansprucht momentan viel Energie und Kraft. Es finden viele Meetings statt. Es müssen neue Ansätze und Lösungen schnell gefunden und umgesetzt werden etc. Dies Bedarf eine mentale Stärke und Klarheit. Es Bedarf Struktur, Effizienz und Umsetzungskraft.

Loredana Meduri & Alessandro Spanu bieten IHNEN ihre Expertise und Kompetenz als Kommunikations- und Changeexperten an und begleiten Ihr Unternehmen erfolgreich im Krisenmanagement und unterstützen Sie bei der Vorbereitung für den RE-START.

Buchen Sie MEDURI&SPANU gerne über Speakers-Excellence.

**Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH
Medienhaus Stuttgart**

Adlerstraße 41

70199 Stuttgart

Tel.: +49 711 75 85 84 77

Fax: +49 711 75 85 84 85

jana.kulhavy@speakers-excellence.de

www.speakers-excellence.de



STARK

FÜR

ZUKUNFT

SEIN

MEDURI & SPANU

LOREDANA
MEDURI

ALESSANDRO
SPANU



LOREDANA MEDURI

ALESSANDRO SPANU

Loredana Meduri & Alessandro Spanu sind Neudenker und Change-Experten. Sie sind seit über 20 Jahren in der internationalen Wirtschaft tätig. Ihre Expertise haben sie in mannigfaltigen Erfahrungen im Bereich Risk Management, Customer Experience, Sales & Marketing, Change- und Customer Relationship Management gewonnen. Sie sind dreisprachig: Deutsch, Englisch und Italienisch.

**WE
LOVE
WHAT
WE
DO.**

