



Bild: Moser Küchen AG

KUNDENBINDUNG. Die Küche ist fertig, die Kundschaft glücklich und die Arbeitsbeziehung zu Ende. Das muss nicht so sein. Der Schreiner kann mit verschiedenen Massnahmen den Kunden weiterhin an sich binden und ihm so Mehrwerte bieten.

Dranbleiben lohnt sich

Die Arbeit ist abgeschlossen. Der Schreiner hat die fertig eingebaute Küche dem Kunden überreicht und diesen damit in eine hoffentlich lange, glückliche und genussreiche Zukunft entlassen. War es das nun? Sollte – langfristig betrachtet – nicht versucht werden, den Kunden an sich zu binden?

Entwicklungshilfe nötig

Rainer Klein, Geschäftsleiter des Branchenverbands Küche Schweiz, ist der Meinung, dass in Sachen Kundenbindung und Nachbetreuung seitens Schreiner und Küchenbauer noch viel zu wenig gemacht wird.

Der Fachausdruck für dieses gezielte Nicht-aus-den-Augen-Verlieren ist After-Sales-Management. Darunter versteht man sämtliche Marketingmassnahmen, die ergriffen werden, um nach einem erfolgreichen Geschäftsabschluss oder Verkauf den Kunden an die eigenen Produkte und Dienstleistungen zu binden.

Manch einer fragt sich nun, warum er einem Kunden auf die Pelle rücken soll, wenn dieser gerade glücklich in seiner neuen Küche werkelt. «Der Schreiner sollte jede Gelegenheit nutzen, um beim Kunden vorstellig zu werden. Jeder zusätzliche Besuch

oder Kontakt kann einen Folgeauftrag generieren», erklärt Rainer Klein sein Ansinnen. Das Dranbleiben kann sich durchaus lohnen, da der After-Sales-Service häufig eine höhere Marge als das Neugeschäft erzielt. Ein professionelles Verkaufsfolge-Management steigert die Kundenzufriedenheit nachhaltig und kann so zur Gewinnsteigerung des Unternehmens beitragen.

Es beginnt beim Abschluss

Wer glaubt, dass diese professionelle Art der Kundenbindung nur von grossen Firmen mit eigener Marketingabteilung be-

Wer mit seinen Kunden in Kontakt bleibt, kann von Folgeaufträgen profitieren.

werkstelligt werden kann, der irrt. «Es gibt verschiedene Möglichkeiten, nahe am Kunden zu bleiben», informiert Klein. Es beginne schon beim letzten Arbeitsschritt, bei der Übergabe der Küche.

Ordner als Beigabe

Viele Schreiner und Küchenbauer haben dies auch schon erkannt und überreichen dem Kunden zu der fixfertigen Küche einen Dokumentenordner oder eine -box. Darin sind sämtliche Geräteanleitungen gesammelt. Bei der Schreinerei Hurni und Sohn AG im bernischen Ferenbalm nehmen sich die Mitarbeiter zudem die Mühe und sortieren die fremdsprachigen Anleitungen aus, was dem Kunden hilft, sich rasch in den Dokumenten zurechtzufinden. Als kleines Dankeschön bekommt jeder Kunde zusätzlich noch ein Ahorn-Schneidebrett mit eingebrenntem Firmenlogo. Diese netten Gesten sind aber nur der Anfang für eine andauernde Kundenbeziehung. «In diese Kundenordner gehören auf jeden Fall auch Pflgetipps und Reinigungs-

hinweise für die verschiedenen Materialien und Geräte in der Küche», rät Rainer Klein. Leider kommt es häufig vor, dass Schäden auf eine mangelnde Pflegeinformation zurückzuführen sind. Der Verband Küche Schweiz bietet darum seinen Mitgliedern eine allgemein gehaltene Pflegeanleitung an, die sie den Kunden weitergeben können.

Dass das lästige Thema Putzen auch mit einer Prise Humor angegangen werden kann, zeigt zum Beispiel die Hans Eisenring AG. Sie überreicht den Kunden zusammen mit den Pflgetipps ein Reinigungstuch, welches «Hochglanzwunder» genannt wird.

Der Schreiner als Vermittler

Die Küchengeräte verdienen ein spezielles Augenmerk. Der Geräteeinbau erfolgt vom Schreiner. Dass er diese aber bis ins Detail erklären kann, verlangt niemand von ihm. Schön ist es, wenn er dem Kunden und der Kundin Hand bietet und ihnen einen Termin für die Gerätevorstellung beim Hersteller vermittelt. «Diese Service-Geste wird von unseren Kunden sehr geschätzt», sagt Karin Manser von Moser Küchen AG in Appenzell. Die Schreinerei hat sich auf den Einbau von individuellen Küchen im oberen Kundensegment spezialisiert.

Diese Geräte brauchen über die Jahre hinweg eine besondere Betreuung, schliesslich bergen strombetriebene Geräte Gefahren und damit ist nicht zu scherzen. Rainer Klein ist der Meinung, dass ein Kontrollbesuch nach einer gewissen Zeit eine Dienstleistung ist, die der Kunde durchaus auch zu zahlen bereit ist. Ein solcher Servicever-

trag kann bereits mit der Offerte oder bei Vertragsabschluss ausgehandelt werden.

Die Grossen machen es vor

Schaut man sich bei den grossen Küchenbauern um, wird schnell klar, dass sie die Kundennachbetreuung schon längst für sich entdeckt haben. Sowohl Sanitas Troesch als auch die Hans Eisenring AG betreiben eigene Dienstleistungszentren. Eisenring führt seines seit über 11 Jahren und hat es stetig ausgebaut. Mittlerweile sind über 25 Personen im Service beschäftigt. Sie führen Reparaturen durch, ersetzen Geräte und geben auf Wunsch vor Ort Tipps zur Reinigung von Küchenarbeitsflächen. Das Unternehmen bietet zudem Wartungsverträge an, welche die Kunden auch über die Jahre hinweg an den Küchenbauer binden. Läuft eine Garantie aus oder steht ein Austausch an, erinnert die Firma den Kunden rechtzeitig daran.

«Die Zeit ist kostbar geworden, weswegen wir bei den Wartungsverträgen die Kunden aktiv angehen. Lässt sich etwas vom Kunden selbst erledigen, wie zum Beispiel der Austausch eines Aktivkohlefilters, schreiben wir die Kunden an. Er kann dann wählen, ob wir vorbeikommen oder ob wir ihm den Filter per Post nach Hause senden sollen. So oder so bleiben wir mit dem Kunden in Kontakt», erklärt Manuel Marzorati, Leiter Marketing bei der Hans Eisenring AG, das Geschäftsmodell.

Marktlücke Möbelanpassungen

Das Dienstleistungsangebot «Küchenexpress» von Sanitas Troesch existiert bereits seit



Im Dokumentenordner können auch die Baupläne der Küche abgelegt werden.



Bild: Hans Eisenring AG

Jeder Schreiner kann sich Service-Dienstleistungen auf den Leib schneiden.

40 Jahren. Es wurde als klassischer «Apparate-express»-Service ins Leben gerufen und hob sich durch den professionellen Einbau von Apparaten mit den verbundenen Möbelanpassungen von den Konkurrenzangeboten ab. Heute ist das Unternehmen vor allem im Profisegment tätig.

Wartungs- und Dienstleistungspakete werden mit dem Generalunternehmer und dem Architekten abgeschlossen. Diese beinhalten zum Beispiel, dass sich die Immobilienbewirtschafter bei einem Mieterwechsel melden, damit ein Monteur vorbeikommt und alle Geräte überprüft. «So können frühzeitig Rückstellungen gebildet werden, um gegebenenfalls Geräte zu ersetzen», erklärt Marcel Halbheer, Product Manager Küche von Sanitas Troesch.

Beim Einzel- und Endkunden werde nach Einbau der Küche ein kurzer Fragebogen verschickt, der nach der Kundenzufriedenheit fragt. «Nach fünf Jahren wird dann nochmals nachgefragt, wie es um die Küche steht. Leider geschieht das noch nicht flächendeckend», gesteht Halbheer. Man

könnte in diesem Bereich sicher noch mehr unternehmen. Bei grösseren Überbauungen oder Einfamilienhaussiedlungen werde nach zehn Jahren ein Flyer in die Briefkästen verteilt. Darin bietet das Unternehmen den Besuch eines Monteurs an, der für knapp 100 Franken die Küche kontrolliert und einen Gerätecheck durchführt.

Werbemassnahmen für jedermann

Dass eine kleine bis mittlere Schreinerei ein solches Kundencenter nicht auf die Beine stellen kann, ist klar. Dennoch ist der Schreiner in der Lage, mit kleineren Massnahmen seine Kunden nahe bei sich zu behalten. Die Moser Küchen AG nutzte zum Beispiel vor einiger Zeit eine Sommerflaute und schrieb alle Kunden an, deren Küchen zehn Jahre alt waren. Sie wurden daran erinnert, dass es langsam an der Zeit sei, die Geräte auszutauschen.

«Die Rückmeldungen auf dieses Schreiben waren durchaus positiv», sagt Karin Manser. Das Schreiben habe auch einen rein praktischen Hintergedanken gehabt: «Für uns ist

es viel einfacher, wenn wir von Anfang an den Geräteaustausch begleiten können und nicht erst dann dazu gerufen werden, wenn beim Einsetzen etwas kaputt geht oder ein Gerät überhaupt nicht in die vorhandene Lücke passt.»

Auch im bernischen Ferenbalm bieten die Fachleute der Schreinerei Hurni und Sohn AG an, nach einiger Zeit die Schranktüren nachzurichten und einen Kontrollblick in die Küche zu werfen. «Ein flächendeckendes Nachfragen nach fünf Jahren, wenn die Garantie kurz vor dem Ablauf ist, können wir aber auch nicht durchführen», sagt Patrick Perny, Projektleiter der Schreinerei.

Der beste Mitarbeiter soll es sein

«Wenn ein Betrieb verstärkt im After-Sales-Service tätig werden will, müssen sich die Geschäftsleiter Gedanken über die Personalentwicklung machen», gibt Rainer Klein vom Branchenverband als Tipp mit auf den Weg. Denn am besten geeignet für den Kundenkontakt dieser Art sei der gute und qualifizierte Mitarbeiter. Er müsse stark kundenorientiert sein, viel Erfahrung mitbringen und vor allem den Kunden abholen können. Ein solcher Mitarbeiter ist aber relativ teuer. «Es lohnt sich also, wenn man den Service vorgängig durchrechnet.» 105



Bild: Flimser Schreinerei

Kleine Gesten, wie ein Küchenbrett, bleiben in guter Erinnerung.

- www.kueche-schweiz.ch
- www.sanitastroesch.ch
- www.eisenring-kuechenbau.ch
- www.hurni-schreinerei.ch
- www.moser-kuechen.ch

Miele



Das blitzsaubere 58-Minuten Programm.

Geben Sie einen treuen Begleiter in die besten Hände. Vertrauen Sie auf Miele EcoFlex Geschirrspüler. Und nach nur 58 Minuten sind Lieblingstassen wieder einsatzbereit – dank dem einzigartigen QuickPowerWash und UltraTabs Multi für beste Reinigungsleistung A. Für das, was wir besonders lieben.

Miele. Immer Besser.

