

Tipp des Monats März/April 10

Wie kundenorientiert ist unsere Praxis wirklich?

Sie behaupten, Ihre Tierarztpraxis ist kundenorientiert? Dann sollten Sie die folgenden Fragen mit einem überzeugten JA beantworten, um sicher zu gehen. 3 wirtschaftliche Gründe sprechen für eine konsequente Ausrichtung Ihrer Tierarztpraxis hin zur Kundenorientierung:

1. Jeder zufriedene Kunde bringt mindestens 2-3 weitere Kunden.
2. Zufriedene Kunden sind Ihre kostenlosen Aussendienstmitarbeiter (Weiterempfehlung = kostenlose Praxis-Werbung).
3. Ein unzufriedener Kunde erzählt seine negativen Erlebnisse 10 anderen Personen. Es ist 6 Mal teurer, einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen Stammkunden zu halten. Etwa 25% der unzufriedenen Kunden wechseln sofort den Anbieter, wenn sich eine Alternative ergibt.

Ihre Praxis-Checkliste Kundenorientierung

1. Kennen Sie die Erwartungen Ihrer Kunden, halten Sie diese schriftlich fest und entwickeln Sie laufend Strategien, diese Erwartungen in möglichst vielen Punkten zu übertreffen?

JA NEIN

2. Führen Sie und/oder Ihre Mitarbeiter zumindest einmal pro Jahr ein intensives und persönliches Gespräch mit Ihren wichtigsten Stammkunden?

JA NEIN

3. Legen Sie bei der Auswahl und Qualifizierung Ihrer Praxis-Mitarbeiter Wert auf Kunden- und Serviceorientierung?

JA NEIN

4. Messen Sie die Kundenzufriedenheit regelmässig und lassen Sie das Kunden-Feedback direkt in die Verbesserung Ihrer tierärztlichen Dienstleistungen einfließen?

JA NEIN

5. Überprüfen und verbessern Sie die Art, wie Sie mit Ihren Kunden kommunizieren und die dazu gehörigen Geschäftsprozesse aus Kundensicht regelmässig?

JA NEIN

6. Ist Ihr Beschwerdemanagement kunden- und lösungsorientiert?

JA NEIN

7. Verfügen Sie über eine Kunden-Rückgewinnungsstrategie und setzen Sie diese erfolgreich um?

JA NEIN

Mein Tipp:

Haben Sie mehr als eine Frage mit „NEIN“ beantwortet?

Dann lohnt es sich für Sie, im Team und/oder mit gezielter, externer Hilfestellung einmal grundsätzlich über Ihren Praxisauftritt nachzudenken.