

Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorwort | 5 |
| | |
| 1. Kundenorientierte Mitarbeiter: Mit System zum Erfolg | 9 |
| Kundenorientierung: Ein alter Hut? | 9 |
| Kundenorientierung: Wo stehen Unternehmen heute? | 11 |
| Der neue Ansatz im Überblick | 18 |
| Zielgruppen und Anwendungsmöglichkeiten des Ansatzes | 21 |
| | |
| 2. Analysephase: Die weichen Faktoren messbar machen | 27 |
| Kundenorientierung fängt bei der Einstellung an | 30 |
| Kundenorientierung geht beim Verhalten weiter | 33 |
| Das Kundenorientierungsprofil: Die Zahlen zum Sprechen bringen | 35 |
| Perspektiven: Wer soll beurteilen? | 40 |
| | |
| 3. Der Weg zur kundenorientierten Einstellung | 43 |
| Wovon hängt die kundenorientierte Einstellung ab? | 44 |
| Die zentralen Problemfelder erkennen | 47 |
| Motivation: Komplex und doch so einfach | 52 |

| | |
|--|------------|
| Persönliche Ressourcen: Die stillen Reserven des Menschen | 59 |
| Ressourcen-Management: Der Vorgesetzte als Coach | 70 |
| Kundenorientierung erfordert Persönlichkeit | 86 |
| Persönlichkeitsentwicklung: Auch hier hilft Coaching | 95 |
| Führungsverhalten: Der Fisch beginnt am Kopf zu stinken | 100 |
| 4. Der Weg zum kundenorientierten Verhalten | 115 |
| Wovon hängt das kundenorientierte Verhalten ab? | 117 |
| Die zentralen Problemfelder erkennen | 119 |
| Sozialkompetenz im Überblick | 123 |
| Aktives Zuhören und Beobachten: Den Kunden besser verstehen | 125 |
| Erkennen des Kundentyps: Von Redseligen, Alleswissern und Streitsüchtigen | 136 |
| Kundenorientierte Sprache: Einfachheit und Verbindlichkeit | 146 |
| Kommunikation heißt nicht nur reden (nicht-verbale Kommunikation) | 154 |
| Der Umgang mit Widerständen | 159 |
| Kundengespräche zum Erfolg führen | 163 |
| Selbstorganisation: Das Chaos besiegen | 168 |
| Durch zufriedene Mitarbeiter die Kunden begeistern | 177 |
| Epilog | 201 |
| Anhang | 203 |
| Abbildungen | 205 |
| Tabellen | 207 |
| Anmerkungen | 209 |
| Literatur | 213 |
| Farbgraphiken | 219 |
| Die Autoren | 227 |
| Sachregister | 229 |