

## Rein in die Serviceoase!

Viele Produkte und auch Dienstleistungen werden ähnlicher. Die Kunden werden anspruchsvoller. Wie sich Unternehmen durch exzellentes Service vom Wettbewerb abheben können, weiß Sonja Hartl.

Unternehmen und Organisationen die Kundenbrille aufsetzen. Firmen dazu ermutigen und dabei unterstützen, ehrliches Kunden- und Mitarbeiterfeedback einzuholen. Das ist die Aufgabe von Sonja Hartl. Alles das ergibt viel Potenzial für ständige Verbesserungen. Die positiven Folgen: Loyale und begeisterte Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner - Steigende Weiterempfehlungsraten - Optimierte Arbeitsabläufe - erhöhte Produktivität - steigende Erträge - Rundum erfolgreiche, begeisternde und begeisterte Unternehmen.

16.02.2017, 13:30



Viele Produkte und auch Dienstleistungen werden ähnlicher. Die Kunden werden anspruchsvoller. Wie sich Unternehmen durch exzellentes Service vom Wettbewerb abheben können, weiß Sonja Hartl.

### 1. Beschreiben Sie Ihr Unternehmen in 3-4 Sätzen!

Bei mir gibt es die Brille gegen Betriebsblindheit. Ich habe die Vision einer gelebten Servicekultur in Unternehmen und Organisationen und unterstütze diese am Weg dorthin. Gemeinsam mit den Firmen und deren Mitarbeitern setze ich mir die Kundenbrille auf und wir entwickeln kundenorientiertes Fühlen, Denken und Handeln. Dadurch kann sich eine gelebte Servicekultur entwickeln.

### 2. Aus welchem Grund haben Sie sich gerade für diesen Beruf entschieden?

Der Bereich Kundenorientierung ist seit vielen Jahren meine Leidenschaft und ich habe in diesem Bereich bereits viele Projekte erfolgreich abgeschlossen. Einzig und allein der Kunde ist der Grund, warum Unternehmen Geld einnehmen. Das gilt übrigens auch für alle öffentlichen Organisationen und Behörden.

### 3. Was macht es für Sie einzigartig, selbstständig zu sein?

„Macht, was ihr liebt“ heißt ein kürzlich erschienenenes Buch. Ich arbeite mit Begeisterung für eine gelebte Servicekultur in Unternehmen und Organisationen.

#### 4. Wie heben sich Ihre Produkte/Dienstleistungen von denen der Konkurrenz ab?

Mir wird eine ausgeprägte Beobachtungsgabe nachgesagt. Ich liebe es, über den Tellerrand zu schauen und Dinge von den unterschiedlichsten Blickwinkeln aus zu betrachten. Besonders wichtig ist mir, dass ich meine Kunden tatkräftig bei der Umsetzung der gemeinsam erarbeiteten Strategie unterstütze. Es muss auch nicht immer die ganz große Offensive zu mehr Kundenorientierung sein, manchmal sind auch einige gezielte Maßnahmen in gut ausgewählten Bereichen sehr wirkungsvoll.

#### 5. Was würden Sie als größten Erfolg Ihrer Unternehmerlaufbahn bezeichnen?

Mein Unternehmen besteht seit einem Jahr und ich bin stolz darauf, so viel positives Feedback zu erhalten. Ich habe einen guten Zeitpunkt gewählt! Um es mit den Worten der Eishockeylegende Wayne Gretzkys zu sagen "A good hockey player plays where the puck is, a great hockey player where the puck is going to be". In wirtschaftlich harten Zeiten wird das Thema Kunden- und Mitarbeiterorientierung wichtiger als je zuvor sein!

#### 6. Und was als größte Niederlage?

Kleinere und größere Niederlagen, die gibt es immer. Bei uns ist die Kultur des Scheiterns noch nicht ganz angefangen. Das Wichtigste ist: Aus jeder Niederlage kann man lernen. Ohne Scheitern kann Weiterentwicklung nicht geschehen. Auch mit diesem Thema beschäftigt sich mein Unternehmen - etwa wie viele wertvolle Erkenntnisse man aus Kundenbeschwerden herausholen und wie man ehrliches Kundenfeedback aktiv einholen kann. Viele Unternehmen trauen sich jedoch noch nicht so richtig drüber.

#### 7. Welchen Ratschlag würden Sie Menschen geben, die jetzt in die Selbstständigkeit starten?

Mutig sein. Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse haben oder sie sich aneignen. Mit einem durchdachten Konzept beginnen. Und erst dann mit der Umsetzung beginnen. Folgende Frage soll auch im Mittelpunkt stehen: Wie hebe ich mich aus Kundensicht vom Wettbewerb ab?

#### 8. Was würden Sie heute etwas anders/besser machen als zur Zeit der Unternehmensgründung?

Da ich täglich dazu lerne, fällt mir dazu einiges ein. Ein Beispiel: Vielleicht hätte ich sogar schon etwas früher gründen sollen.

#### 9. Was zeichnet einen guten Unternehmer aus?

Die Kunden sind immer im Fokus. Man stellt sich auch mutige Fragen wie: Warum kommt der Kunde nicht mehr zu mir? Warum empfiehlt er mich nicht weiter? Was machen die anderen besser? Ähnliche Fragen gelten ebenso für die Mitarbeiter, auch von ihnen können wir lernen. Etwa, was meine Mitarbeiter anders machen würden.

Ein guter Unternehmer denkt ebenso regelmäßig darüber nach, wie er sich durch besonderes Service vom Wettbewerb abheben kann. Dazu zählt übrigens schon eine freundlich geschriebene Mahnung oder eine für den Kunden verständlich aufgeschlüsselte Rechnung.

#### 10. Was sind Ihre Pläne/Wünsche für die Zukunft?

Für mich selbst wünsche ich mir, dass ich mich ständig weiterentwickeln kann. Wachstum ist auch ein guter Plan. Für das wunderschöne Land in dem ich lebe wünsche ich mir, dass es eine Perspektive für die Zukunft findet.

Die Politik sollte aufhören, von allen möglichen Einsparungen zu sprechen und in Einsparungspotenzial zu denken. Das stimmt niemanden zuversichtlich, sondern schafft im besten Fall grobe Verunsicherung. Auch hier gilt es, sich bewusst die Kundenbrille aufzusetzen! Es sollte offen über sinnvolle Ziele für die Zukunft gesprochen werden. Wir Steuerzahler gehören in diesen Prozess miteingebunden. Mitdenken und auch mitgestalten muss erlaubt sein! Danach kann darüber nachgedacht werden, wie man diese Ziele mit den vorhandenen Mitteln effektiv erreichen kann.

Ich bin überzeugt davon, dass die derzeitige Krise gleichzeitig die größte Chance für uns alle ist. Und jetzt ist der richtige Zeitpunkt gemeinsam anzupacken!

## Das könnte Sie auch interessieren



### Alles aus einer Hand in Sirnitz

In ihrem Studio in Sirnitz bietet Jungunternehmerin Kathrin Pischelmayer ein „Rundum-Verwöhnprogramm“ an. [➤ mehr](#)



## Der erste Kuttinig-Ofen ist bereits 123 Jahre alt

Ein Familienunternehmen im Wandel der Zeit: Die Kuttinig GmbH hat noch immer das selbe Kernprodukt, den Ofen, aber in 123 Jahren hat sich viel verändert. [➤ mehr](#)

