

Kundenzufriedenheit steigern, Neukunden gewinnen

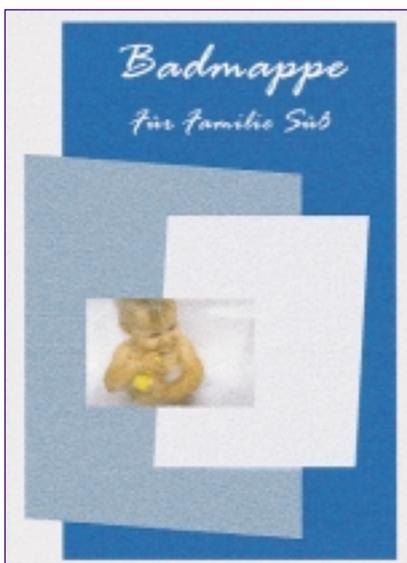
# Die professionelle Badübergabemappe

Ein kluges Marketinginstrument wird zum Gesprächsstoff im Bekanntenkreis und zum eleganten Vorbereiter für neue Kundenkontakte: die professionelle Badübergabemappe. Die Badübergabemappe bietet Ihren Kunden Informationen, Anregungen und Unterhaltsames über das neue Badezimmer. Wie so eine Mappe aussehen kann und wie Sie dabei Ihren Kunden mehr bieten können als Ihre Mitbewerber, erfahren Sie im folgenden Beitrag.

**K**unden wollen keine Bohrer, sie wollen Löcher. Badkunden suchen vor allem erstklassigen Service. Dabei läßt sich Service schwer in konkreten Begriffen fassen. Service ist nicht quantifizierbar. Genausowenig wie man ein Metermaß an die Tips eines Badprofis oder die Ideen eines Innenarchitekten anlegen kann. Es ist die Qualität des Geleisteten, die den Ausschlag gibt. Was Service so kompliziert macht, ist seine immaterielle Natur. Und doch gibt es bei jedem Kundenkontakt konkrete Dinge, welche die Wahrnehmung des Kunden in bezug auf den besonderen Service beeinflussen.

## Pizza-Service und Putzfrau

Ein Badprofi aus Baden-Württemberg hat im letzten Jahr 44 Bäder aus dem Katalog verkauft. Das fehlende Bäderstudio ist ein Wettbewerbsnachteil, den das innovative Unternehmen mit



(Quelle: HaZweiOh)

Nicht zu unterschätzender Teil des Full-Service-Paketes: die professionelle Badübergabemappe

vielen außergewöhnlichen Servicebausteinen wieder ausgleicht. Dazu gehört eine besonders professionelle Badübergabemappe, die den Kunden Informationen, Anregungen und Unterhaltsames über sein neues Badezimmer gibt. Durch die professionelle Aufmachung wird die Mappe zum wertvollen Aufbewahrungsstück. Zudem sorgt sie für Gesprächsstoff im Bekanntenkreis und bahnt somit elegant neue Kundenkontakte an.

Ganz vorn in der Mappe liegt ein Deckblatt, das folgendermaßen beginnt: „Bei der Oscar-Verleihung in Hollywood bekommen wir es immer wieder gezeigt: Man bedankt sich überschwänglich bei allem und jedem, grüßt den Produzenten, die Oma, den Pizza-Service und die Putzfrau. Wir wollen uns ausschließlich bei Ihnen bedanken.“

*In erster Linie für Ihren Auftrag und Ihr Vertrauen in unser Können . . . “* Danach kommen die folgenden drei Servicepakete zur einfachen Orientierung für den Kunden.

## Servicepaket 1: Infos für den Kunden

### ■ Name und Telefonnummer des Ansprechpartners

So ist gewährleistet, daß der Name des Ansprechpartners beim Bau des Badezimmers auch nach Monaten oder Jahren immer parat ist.

### ■ Notruf-Nummer

In Notfällen wird schnelle Hilfe unter dieser Nummer möglich.

### ■ Daten aller beteiligten Handwerksunternehmen

Adressen, Telefonnummern und Ansprechpartner der beteiligten Handwerksunternehmen sind jederzeit schnell verfügbar.

### ■ Typenblatt

Auf einer DIN-A4-Übersicht erhält der Kunde Informationen über Sanitärfarbe, Modellbezeichnungen, Fliesennummern etc. So kann der Badprofi bei späteren Kundenkontakten schnell alle erforderlichen Informationen erfragen. In der Praxis hat sich gezeigt, daß der Kunde die Badübergabemappe immer sofort verfügbar hat. Dagegen ist das Heraussuchen der Rechnung für den Kunden oft aufwendiger.

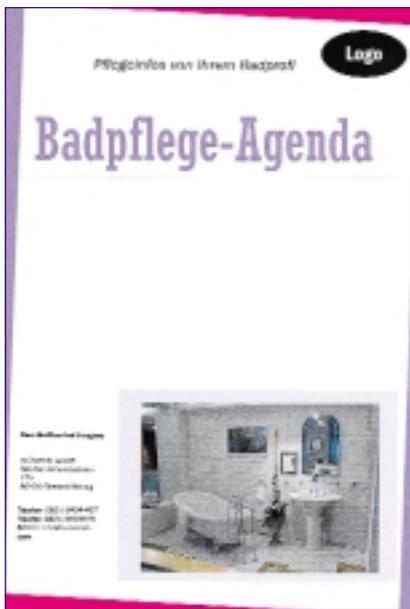
### ■ Garantiekarten

Wir kennen das alle aus unserer eigenen Erfahrung: Wenn wir anfangen eine Garantiekarte zu suchen, stehen uns bereits nach wenigen Sekunden die ersten Schweißperlen auf der Stirn.

Und dann beginnt meist familienübergreifend die große Suchaktion. Der einzig richtige Platz für die Garantiekarten ist ja die Badübergabemappe. Geben Sie Ihrem Kunden diese kleine Hilfe. Er wird es Ihnen danken.

■ **Wartungsvertrag**

Der Wartungsvertrag für die Badinspektion ist mittlerweile nichts mehr Neues. Immer mehr Kunden sind dazu bereit, einen entsprechenden Vertrag abzuschließen. Denn die Lebensdauer hochwertiger Armaturen, Whirl-



Pflegetips für Sanitärkeramik, Naturstein, Acryl oder Badmöbel sind für die Badkunden eine hilfreiche „Versicherung“ für alle Fälle

pools, Dampfsaunen oder Duschabtrennungen wird wesentlich von einer regelmäßigen Wartung bestimmt.

■ **Vorher-Nachher-Bilddokumentation**

Die Vorher-Nachher-Bilddokumentation begeistert die Kunden ganz besonders. Vor allem werden sie durch die Fotos im Nachhinein noch einmal bestärkt, daß die Entscheidung für ein neues Badezimmer richtig war. Mit Vorliebe wird gerade diese Bilderserie (empfehlenswert sind maximal zehn Fotos) dann auch den Bekannten und Freunden gezeigt.

■ **Das können wir außerdem für Sie leisten**

Unter diesem Punkt schlüsselt der Badprofi sein weiteres Leistungsspektrum auf. Schließlich soll der Kunde jederzeit wissen, daß das Unternehmen auch bei ökologischen Heizsystemen, bei der Regenwassernutzung etc. ein professioneller Partner ist.

**Servicepaket 2:  
Technische Unterlagen**

■ **Installationspläne**

Nachdem ein Badezimmer meist gewerkeübergreifend modernisiert wird, werden für den Kunden alle relevanten Installationspläne (Sanitär, Heizung, Elektriker etc.) zusammengestellt. Dies gibt ihm die Sicherheit, auch noch nach Jahren zu wissen, wo welche Leitung liegt.

■ **Bedienungsanleitungen**

„Da muß doch was dabei gewesen sein, als wir das Gerät gekauft haben!“ Kennen Sie diese Aussagen aus Ihrem persönlichen Lebensbereich? Ihr Kunde wird Ihnen dankbar sein, wenn Sie hier für Ordnung sorgen.

■ **Wartungshinweise**

Kunden die stark sicherheitsorientiert sind, werden es zu schätzen wissen, daß die Unterlagen „an ihrem Ort“ sind.

**Servicepaket 3:  
Tips und Anregungen**

■ **Geschichte des Badezimmers**

In der Badübergabemappe des badenwürttembergischen Badprofis beginnt die lesenswerte Lektüre über die Geschichte des Badezimmers so (zwei Seiten reichen aus):

„König Zimri-Lim von Mari liebte es, sich in warmem Wasser zu räkeln. Wann immer es seine Regierungsgeschäfte erlaubten, zog er sich in eines der luxuriösen Bäder seines riesigen Palastes zurück. Höflinge halfen ihm beim Entkleiden, wuschen seinen Körper in einem flachen Becken und geleiteten ihn anschließend zu einer halb im Boden versenkten Wanne, die der Entspannung und Erholung diente.“  
Warum wir diese Geschichte erzählen, die doch scheinbar so gar keine Pointe

fo + info + info + info + info + info

**Weiterbildung**

Ziel der praxisnahen Ausbildungen für Badprofis ist es, in kürzester Zeit ein individuelles Badpaket zu entwickeln. Aktuelle Termine für die Basisausbildungen:

■ **Badverkäufer/in:**

29.–31. 5. 2002 (Würzburg),  
18.–20. 6. 2002 (Hannover)

■ **Badgestalter/in:**

Würzburg: 26.–27. 2. 2002 (Teil 1)  
+ 25.–26. 3. 2002 (Teil 2);  
Berlin: 19.–20. 3. 2002 (Teil 1)  
+ 14.–15. 5. 2002 (Teil 2)

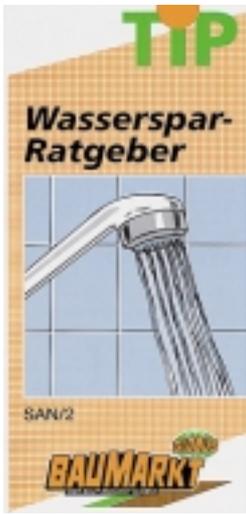
**Infos:** HaZweiOh, 86420 Diedorf-Biburg, Telefon (08 21) 34 94-4 07, Telefax (08 21) 34 94-4 75, Internet: [www.hazweioh.com](http://www.hazweioh.com)

hat? Weil König Zimri-Lim, der Genießer, vor fast 4000 Jahren lebte . . . (Aus: „Badewonnen“, DuMont-Buchverlag, Köln)

■ **Badpflege-Agenda**

Für verlässliche Pflegetips zum neuen Badezimmer sind vor allem die Kundinnen besonders dankbar. Obwohl die meisten Frauen über viele Jahre „Pflegerfahrung“ verfügen, sind sie beim neuen Badezimmer doch oft übervorsichtig. Schließlich will man ja keinesfalls etwas falsch machen. Pflegetips für Sanitärkeramik, Naturstein, Acryl oder Badmöbel sind hier die hilfreiche „Versicherung“ für alle Fälle. Damit Sie als Badprofi mit Ihren Pflegetips allerdings ebenfalls auf der sicheren Seite sind, sollten Sie am Ende des Textes folgenden Hinweis geben:

„Diese technische Information kann und soll nur unverbindlich beraten. Der Verarbeiter muß wegen der unterschiedlichen Anwendungsfälle eigene Prüfungen und Versuche durchführen. Durch technischen Fortschritt sich ergebende Änderungen behalten wir uns vor. Schutzrechte Dritter und allgemeine gesetzliche Vorschriften sind vom Verarbeiter zu beachten.“



Was der Baumarkt kann, sollten wir besser machen . . . Die Badübergabemappe enthält deshalb auch Know-how zum Wassersparen

■ **Wasserspar-Ratgeber**

Welcher Kunde weiß schon, daß ein tropfender Wasserhahn im Jahr bis zu 2000 Liter Wasser verschwendet? Vom Wasser-Stopp am WC-Spülkasten bis zum Dusch-Stopp hat der Kunde vielfältige Möglichkeiten zum täglichen Wassersparen in seinem neuen Badezimmer. Werden Sie für ihn zum wertvollen „Ratgeber“.

■ **Der grüne Urwald im Badezimmer**  
Pflanzen bringen Leben ins Bad. Farne, Palmen und Orchideen blühen und grünen wie im botanischen Garten – sie genießen die feuchte und warme Raumluft. Damit der Kunde im neuen Badezimmer immer schöne und gesunde Pflanzen vorfindet, liefert der baden-württembergische Badprofi in der Badübergabemappe Pflegetips für alle „Bad-geeigneten“ Pflanzen. Eine Grafik gibt dem Kunden Informationen über den optimalen Standort, Feuchtigkeitsanspruch, Düngehäufigkeit und besondere Pflegehinweise. Mit dieser einfachen Idee wird dem Kunden ein Service geliefert, den er von seinem Badprofi keinesfalls erwartet hat (Hinweis: Die Pflegetips und entsprechende Grafiken finden Sie in den einschlägigen Fach- und Wohnzeitschriften).

■ **Wonne in der Wanne**

Seit ewigen Zeiten werfen kluge Frauen frische Erdbeeren, Milch, zermatschte Gurken, Honig oder getrocknete Blütenblätter ins Badewasser. Denn was ist entspannender als blaue Blubberblasen, warmes, schmeichelndes Naß und betörende Düfte? In der

Badübergabemappe regen Tips zu „Wonnestunden in der Wanne“ an. Die einzelnen Rezepte werden mit lustmachenden Überschriften vorgestellt, wie z. B.: „Bad für ganz kleine Schätzchen“, „Samtbad für eine schuppige Nixe“, „Kräuterbad nach einem Putztag“, „Wasser gegen Wut und Heulerei“, „Bad für Dreckspatzen“, „Milchbad für eine seidenweiche Schönheit“ usw.

■ **Fragebogen „Ihre Meinung ist uns wichtig“**

„Damit wir unseren Kunden erstklassigen Service bieten und kleine Schwachstellen schnell ausmerzen können, bitten wir Sie, uns mit dem Ausfüllen des beigegefügtten Fragebogens zu unterstützen.“ – So könnte Ihre Erklärung zu einem möglichen Fragebogen aussehen. Sagen Sie Ihrem Kunden, daß Sie an seiner persönlichen Meinung interessiert sind. Machen Sie ihm das Ausfüllen so leicht wie möglich. Die einzelnen Bewertungskriterien kann der Kunde am einfachsten mit kleinen „Smilies“ bewerten.

Damit sich Ihr Kunde die kleine Mühe tatsächlich macht, sollten Sie ihn z. B. mit einem Gutschein für eine Grünpflanze für sein neues Badezimmer belohnen. Es hat sich gezeigt, daß ohne eine kleine „Belohnung“ die Meinungs-Fragebögen nicht in die Unternehmen zurückkommen.

■ **Beratungs-Scheck**

Die Mund-zu-Mund-Empfehlungen haben in unserer Branche eine starke Bedeutung. Sie können – vorausgesetzt Sie haben erstklassige Arbeit abgeliefert – die „Empfehlungskette“ zu einem bedeutenden Marketingbaustein machen. Viele Badprofis arbeiten mit Beratungs-Schecks zur Kundenwerbung: Wirbt der stolze Besitzer des neuen Badezimmers einen Neukunden,

wird er mit einem Beratungs-Scheck (z. B. über 100 €) belohnt. Nie war der Weg zum Badkunden kürzer, wenn Ihnen dies gelingt. Deshalb ist der Beratungs-Scheck ein „Muß“ in der Badübergabemappe.

■ **Lustiges und Freches rund ums Bad**

Weil der Mensch gerne lacht, könnte die Badübergabemappe mit einer humorvollen Sequenz enden. Vielleicht gefällt Ihrem Badkunden der folgende Witz besonders gut:

*Die Kindergärtnerin fragt die kleine Rita vom Bauernhof: „Wie macht denn Euer Hund zu Hause?“ – „Wau, Wau!“ – „Und die Katze?“ – „Miau, Miau!“ – „Und der Hahn?“ – „Tropf, Tropf!“*

**D**ie nächsten Jahre werden eine Polarisierung des Angebots bescheren. Auf der einen Seite werden die Do-it-yourself-Nachfrager stehen, auf der anderen Dienstleistungssucher mit mittlerem und gehobenen Anspruch. Letztendlich mündet der Kampf um Marktanteile in einem Wettlauf der Systeme: Wer hat die beste Full-Service-Problemlösung? Ihre Kunden wünschen sich von Ihnen – ergänzend zu Ihrer erstklassigen handwerklichen Leistung – Informationen über ihr neues Badezimmer. Pflegeanleitungen, Tips zum Wassersparen und Wartungshinweise gehören zu den Standard-Informationen. Bieten Sie Ihren Kunden mehr als andere. Seien Sie dabei so kreativ, daß Ihr Informationspaket dem Kunden ins Auge springt, wie eine frisch geröstete Scheibe Toast aus dem Toaster.



Ottmar Kuball hat sich als Trainer auf die Bäderbranche (Badverkauf und Badgestaltung) spezialisiert. Seine Firma HaZwei0, 97342 Seinsheim, Telefon (0 93 32) 49 86, Telefax (0 93 32) 52 62, Internet: www.hazwei0h.com, bietet u. a. eine Badverkäuferausbildung an.

Tips zum Wohlfühlen im Bad bieten viele Fibeln und Ratgeber

