

# Was heisst das für Sie?

Finden Sie heraus, was das Café Nature-Prinzip (Prinzip Kaffee schwarz) in Ihrer Branche, respektive in Ihrer Unternehmung ist. **Systematisieren** Sie dann dank der erkannten **Begeisterungsfaktoren** und **Kundenbindungstreiber** das **Kundenerlebnis** in der täglichen Interaktion und den Prozessen mit Ihren Kunden!

Dies ist nicht einfach und funktioniert vor allem nicht, indem Sie sich hinsetzen und überlegen: Wie könnte ich denn jetzt meine Kunden begeistern?

Das Café Nature-Prinzip klingt simpel - was es in seiner Idee auch ist - es braucht aber **professionelle**, forschungsbasierte **Mittel** zur Konzeption und Umsetzung, **Es funktioniert mit den innovativen Tools von réalités!**

Das **Angebot** von réalités zur Umsetzung der Systematischen Kundenbegeisterung in Ihrer Unternehmung:

- **Focus on Customers / Focus on Competition**  
Qualitative Studie nach der von réalités research entwickelten Methode zur Eruiierung der Kundenbegeisterungs- und -bindungsfaktoren.  
Auf Wunsch mit qualitativer Potentials- und **Konkurrenzanalyse**  
--> Mehr Informationen unter [www.realites-research.ch](http://www.realites-research.ch)
- **Focus on Company**  
Klassifiziert das Angebot Ihrer Unternehmung in Begeisterungsfaktoren, Leistungsversprechen, Basisangebot und „Vertreiber“. Anschließend wird eine Strategie zum Erreichen der Systematischen Kundenbegeisterung erarbeitet.  
--> Mehr Informationen unter [www.kundenbeziehung.org](http://www.kundenbeziehung.org)
- **Systemisches (Dienstleistungs-)Management**  
Implementierung des Gesamtkonzepts zur messbaren Steigerung der Kundenbindung und Mitarbeitermotivation innert 12 Monaten  
--> Mehr Informationen unter [www.realites.ch](http://www.realites.ch)
- **Systemic Selling - das Akquisitionstool**  
Implementierung von Verkauften mit System: Effiziente Akquisition mit Focus Begeisterungsfaktoren, inkl. Adressbeschaffung, Informatik-Tool und Erstkontakten - Sie lernen nicht akquirieren, Sie AKQUIRIEREN!  
--> Mehr Informationen unter [www.systemic-selling.com](http://www.systemic-selling.com)
- **Seminare und Workshops**  
Öffentliche Workshops und Seminare zur Gestaltung der Kundenbeziehung und zu begeisterungsorientierter Akquisition  
--> Mehr Informationen unter [www.systemic-management.org](http://www.systemic-management.org)
- **Weitere Dienstleistungen** unter [www.realites.ch](http://www.realites.ch)

réalités, Innere Güterstr. 2, Postfach 4514, CH - 6304 Zug  
[info@realites.ch](mailto:info@realites.ch), Tel +41 (0)41 310 05 40, Fax +41 (0)41 210 21 54  
réalités, Engelbergerstr. 19, D - 79106 Freiburg i.Br.  
[info@realites.ch](mailto:info@realites.ch), Tel. +49 (0) 761 76 79 112, Fax +49 (0) 761 76 79 11

## Systematische Kundenbegeisterung



dank dem Café Nature-Prinzip  
(Prinzip Kaffee schwarz)

Profitablere Kunden und effizientere  
Akquisition innert 12 Monaten

# Das Espresso-Syndrom

oder: Falsch verstandene Kundenbegeisterung durch immer mehr Gratis-Leistung



Peter A. unterhält eine Café-Bar im Zentrum der Stadt C. Er hatte davon gehört, dass Kundenzufriedenheit nicht genügt. Er wollte das Konzept der Kundenbegeisterung umsetzen und etwas tun, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Aus diesem Grund servierte er zu jedem Espresso nicht nur ein Glas Wasser, sondern auch ein Croissant gratis dazu. Schnell hatten sich die Kunden an dieses Plus gewohnt. Wenn sie einmal kein Croissant bekamen, fragten sie: „Warum gibt es heute kein Hörnchen?“

Also, sagte sich Peter A., muss ich noch mehr tun, und er servierte zu jedem Espresso nicht nur ein Glas Wasser, sondern ein ganzes Frühstück, alles zum Espresso-Preis, versteht sich. Sehr schnell gewöhnten sich die Kunden an dieses gute Angebot. Als er aufhörte, zum Espresso ein ganzes Frühstück zu offerieren, fragten sie „Warum gibt es kein Frühstück mehr?“ und wechselten die Café-Bar.

Sie gingen dort hin, wo sie zum Espresso neben einem Glas Wasser und einem ganzen Frühstück gratis auch noch die aktuelle Tageszeitung bekamen.

„Diese Idee der Kundenbegeisterung ist völliger Mist“, sagte Peter A, „sie führt dazu, dass die Kunden immer anspruchsvoller werden, und sie ruiniert mich letztendlich.“

## Was läuft hier falsch?

Peter A. hat das Konzept der Systematischen Kundenbegeisterung falsch verstanden. Statt auf der Beziehungsebene einen bleibenden Mehrwert zu schaffen, hat er für das gleiche Geld immer mehr Leistung geboten. Dadurch hat er die Kundenerwartungen nach oben geschraubt und einen Preiskampf begonnen.

Er hat sich auf der Ebene geirrt: Statt auf der Begeisterungsebene nachhaltige Kundenbindung zu generieren, hat er auf der Leistungsebene eine ruinöse Angebotsinflation betrieben.

# Das Café Nature-Prinzip

oder: Echte Systematische Kundenbegeisterung und nachhaltige emotionale Kundenbindung



Kurt B. unterhält ebenfalls eine Café-Bar im Zentrum der Stadt C. Ob er davon gehört hat, dass Kundenzufriedenheit nicht genügt und ob er das Konzept der Systematischen Kundenbegeisterung kennt, wissen wir nicht.

Auf jeden Fall geschah folgendes: Der *réalités*-Kooperationspartner Jürg S. trinkt nur Kaffee schwarz. Es hasst es, seinen authentischen Kaffeegenuss durch Zucker oder Kaffeesehne zu zerstören. Nur muss Jürg S. leider feststellen, dass er meistens, wenn er einen Kafi Nature bestellt, trotzdem Rahm und Zucker bekommt. Ärgerlich, weil nur unnötiger Abfall produziert wird.

Eines Tages besuchte Jürg S. Kurt B.s Café-Bar. Und siehe da: seiner Bestellung folgte tatsächlich ein echter Café Nature, wofür er die Bedienung sogleich lobte. - *Kundenbegeisterung? Nein, ein Lichtblick in der Service-Wüste.*

Doch Begeisterung stellte sich ein, und zwar als Jürg S. am nächsten Tag wiederkam und ihm die Serviertochter sofort zulächelte und fragte „Kaffee schwarz?“, worauf er nickte. Und... Sie war aufmerksam und brachte ihm sogar die FAZ dazu, weil sie sah, dass er diese am Vortag gelesen hatte.

Dieses Ritual wiederholt sich nun jeden Tag, und deshalb geht Jürg S. immer wieder zu Kurt B. Sogar die Systematisierung ist erreicht, indem jede Bedienung weiss: Wenn der Glatzköpfige mit der roten Brille kommt (so sieht Jürg S. aus), Kaffee schwarz und NZZ servieren!

## Was läuft hier richtig?

Die Differenzierung zur Konkurrenz ist nachhaltig, kostenneutral, wiederholbar, systematisierbar und geschieht auf der **Beziehungsebene**.

Jürg S. geht immer wieder in diese Café Bar, weil er dort ein **Erlebnis** „erhält“, das auf ihn zugeschnitten scheint.

Die Systematische Kundenbegeisterung basiert auf einem erkannten Kundenbindungstreiber und wird durch geschultes, motiviertes Personal und kundenorientierte Prozesse bei jeder Kundeninteraktion umgesetzt.