

## Tipps und Empfehlungen zur Kundenbindung

### OBERSTER GRUNDSATZ

**Ohne zufriedene Mitarbeiter gibt es keine zufriedenen Kunden**

#### Mitarbeiter

- Mitarbeiter und Kollegen sind auch Kunden: der interne Kunde ist genauso wichtig.
- Eine Dienstleistungskultur schaffen: jedem Mitarbeiter sollte bewußt sein, dass er zur Kundenzufriedenheit beiträgt.
- Komplette Beteiligung: vom Management bis zu den Mitarbeitern sind alle in diese Philosophie einbezogen.
- Dienstleistungspolitik schriftlich festlegen: aber keine Regel ohne Ausnahmen – jeder Mitarbeiter hat das Recht, in Sonderfällen die Regeln im Sinne der Kunden zu überschreiten.
- Mitarbeiter sind ‚bevollmächtigt‘: sie haben in konkreten Situationen die Entscheidungsfreiheiten, auf Kundenbedürfnisse einzugehen bzw. Kompensationsgeschenke bei Fehlern zu verteilen.
- Flexible Regeln: einzige Regel: der Kundenwunsch - unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter bei eigenverantwortlicher Entscheidung.
- Mitarbeiterfortbildung: das A & O!
- Kommunikation: die kommunikative Kompetenz ist ein wesentlicher Faktor: stetes Persönlichkeitstraining ist erforderlich.
- Loyalität belohnen: sowohl Kunden wie auch Mitarbeiter müssen für ihr Engagement für die Bibliothek Anerkennung erhalten.
- Gegenseitiges Training: Mitarbeiter sollen auch den Job von anderen übernehmen können.
- Rotation im Rahmen der Tarifverträge: Mitarbeiter auch Aufgaben aus anderen Bereichen machen lassen, um ein breiteres Verständnis für Zusammenhänge herzustellen.
- Dienstleistungsmanagement im Alltag: wie kann dem Mitarbeiter seine Arbeit für den Kunden erleichtert werden?
- Lächeln: erzeugt ein gutes Gefühl auf beiden Seiten.
- Anerkennungs- und Belohnungsprogramm für die Mitarbeiter: systematisch und regelmäßig positive Beurteilung aussprechen, nicht nur Probleme thematisieren.
- Pause: guter Kundenkontakt ist sehr fordernd, die betroffenen Mitarbeiter brauchen auch Zeit zur Regeneration.
- Spaß bei der Arbeit: Rituale und Geselligkeit nicht vernachlässigen.

- Ergebnisse öffentlich machen: Anerkennungen der Mitarbeiter, Kommentare der Kunden ‚publizieren‘.
- Kundenlieblinge unter den Mitarbeitern herausfinden: die Mitarbeiter, die am meisten auf die Kunden eingehen können, identifizieren und als Beispiel herausstellen.
- Aussehen und Atmosphäre: wie ist das Bibliothekspersonal gekleidet? Die Bibliothek sauber, die Medienaufstellung ‚ordentlich‘? Schauen Sie mit den Augen des Kunden.
- Bequemlichkeit und Attraktivität: Möblierung und Ergonomie der Arbeitsplätze, Licht, Design etc.
- Verbesserungsvorschläge: vor allem Mitarbeiter im Kundenkontakt sollten Ideen einbringen können.

## **Kunden**

- Dienstleistungspolitik öffentlich machen: dem Kunden bekannt geben, dass man eine entsprechende Kundenorientierung anstrebt.
- Realistische Angebotsvorstellungen geben: nicht zuviel versprechen:
- Das Sahnehäubchen: stets den persönlichen Zusatzdienst erweisen, den man sich selber wünschen würde (24-Stunden-Service, Informationsaufbereitung, Aktivinformation etc.)
- Einfachen Zugang schaffen: Nutzerfreundlichkeit in Technik und Instrumentarium.
- Bibliothekschinesisch: Jargon vermeiden (OPAC, RAK, URL etc.)
- Kundenfreundlicher Telefonservice: rufen Sie einmal in Ihrer eigenen Bibliothek an – wird dem Anrufer wirklich geholfen? Können Sie hören, dass Ihr Gesprächspartner lächelt?
- Kundens Schulung: jeder Kundenkontakt dient gleichzeitig zur Information und Schulung über den angebotenen Service der Bibliothek.
- Benutzerreaktionen einholen: systematisch in Erfahrung bringen, was der Nutzer / Kunde von den angebotenen und erfahrenen Dienstleistungen hält (Beschwerdemanagement, Wunschkarten, Leserwünsche, Fokusgruppen) – Ergebnisse bekannt geben.
- Altersspezifische Kundenorientierung: Kundenbedürfnisse ändern sich im Lebenszyklus.
- Vorurteilsfreiheit: erfreuen Sie sich an der Unterschiedlichkeit Ihrer Kunden.
- Konsistent und fair handeln: nicht immer muss man mit dem Kunden übereinstimmen – man sollte aber „die gleiche Linie verfolgen“.
- Enttäuschungen wiegen schwerer – und positive Überraschungen binden den Kunden mehr.
- Der Kunde muss Nutzen ziehen aus der Dienstleistung: nicht nur Freundlichkeit braucht der Kunde, sondern handfeste und richtige Information.
- Hightech mit Hightouch: gerade die Hochtechnologie erfordert menschlichen Umgang und einfühlsame Unterstützung des Kunden.

- Kunden ansprechen: stets auf den Kunden zugehen und ihn nach seinen Bedürfnissen fragen, Hilfestellung anbieten.
- Bedürfnisse der Nutzer kennen: Informationsverhalten und Wünsche und Erwartungen der Nutzer in Erfahrung bringen – Veränderungen mitgehen.
- Den Kunden ernst nehmen: jeder Kunde ist persönlich wichtig; vermitteln Sie ihm das Gefühl, dass er bedeutsam ist.
- Kundenerfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit benutzen: Fallbeispiele mit realen Kunden vermitteln die Qualität der Dienstleistung am anschaulichsten – die betroffenen Kunden werden dies wertschätzen.
- Kundenparlament: Fördervereine oder Freundeskreise gründen bzw. Fokusgruppen durchführen und in die Arbeit mit einbeziehen.
- Kunden wissen lassen, dass man sich um sie kümmert, z. B. mit Mailingaktionen oder Grußkarten an ausgewählte Unterstützer / Sponsoren.

#### *Beschwerden*

- Beschwerden sind eine Chance
- Negatives Feedback: Kunden herausfordern, kritische Kommentare zu geben.
- Die Kosten eines verlorenen Kunden: unzufriedene Kunden berichten 11 bis 13 Mal anderen über ihre Unzufriedenheit.
- Positive Mundpropaganda ist die beste und preiswerteste Werbung.
- Auf Beschwerden angemessen reagieren: den Ärger des Kunden zunächst ‚akzeptieren‘; ihm genau zuhören; ihm versichern, dass das Möglichste zur Behebung des Problems getan wird; ihm danken, sich beschwert zu haben.

#### **Produkt / Umfeld**

- Spitzenleistung: nicht durchschnittlicher Service, nur das Beste ist gut genug für Ihre Bibliothek.
- Wettbewerbsbeobachtung: nicht nur andere Informationsanbieter, sondern die Konkurrenz um die knappen Ressourcen des Unterhaltungsträgers.
- Marktforschung: man kann nie genug Informationen haben über seine Kunden..
- Leistung messen: Produktivität und Effektivität messen und Ergebnisse auf Standards bezogen bekannt geben.

Vgl. auch: Walters, Suzanne (1994): Customer Service. A How-to-Do-it Manual for Librarians, London, 103-110.