

## Kunden dürfen keine unbekanntes Wesen sein

*Impuls von HAJO Müller, Dozent der UNTERNEHMERSchule Andernach-Mendig-Pellenz*

Jedes Unternehmen muss sich heute fragen, wer seine Kunden sind und welche Wünsche sie haben. Dabei ist eine Segmentierung der Kunden nach ökonomischen Kriterien der erste Schritt. Im weiteren Verlauf der Kundenspezifikation gilt es, demografische und sozioökonomische Fragen zu beantworten. Auch psychologische und sozialpsychologische Faktoren müssen in Betracht gezogen werden.

Anschließend geht es um die Frage, auf welchem Weg man seine Kunden am besten erreicht. Ein B2B operierendes Unternehmen hat hier ganz andere Punkte zu berücksichtigen als eine Firma im B2C Geschäft. Dennoch gilt für beide, dass man dem Kunden etwas bieten muss, was sich von anderen Angeboten unterscheidet, denn ein „Me-too-Anbieter“ wird nicht lange überleben. Bei diesen Überlegungen kommt man auch zu der Definition des idealen Kunden, also denen mit der höchsten Kaufwahrscheinlichkeit.

Diese Kunden gilt es dann nicht nur zu erreichen, sondern auch zu behalten, damit eine regelmäßige Geschäftsbeziehung entsteht. Jeder Unternehmer sollte nicht vergessen, dass die Neukundenakquisition die schwierigste und aufwändigste ist und daher entsprechende Kundenbindungsmaßnahmen planen und dauerhaft umsetzen. Wichtiger Aspekt dabei ist die Frage nach dem Kundennutzen, der drei Hauptbereiche umfasst, nämlich den technisch inhaltlichen, den wirtschaftlichen und den emotionalen Aspekt. Wer alle Gesichtspunkte bei seinen Kunden-gesprächen abdeckt, wird dauerhaft erfolgreiche Ergebnisse erzielen und zufriedene Kunden haben.



Hermann-Josef (HAJO) Müller arbeitete mehr als 25 Jahre als angestellter Unternehmensberater in vielen Ländern. In dieser Zeit hat er hunderte Projekte im Telekommunikations- und IT-Umfeld geplant, akquiriert und geleitet. In einigen Unternehmen in Afrika und Asien übernahm er zeitlich befristete Management Positionen. 2012 ging er vorzeitig in den Ruhestand und beschloss, als selbständiger Berater tätig zu werden. Seitdem arbeitet er vorwiegend in der Köln-Bonner Region und unterstützt kleine und mittlere Unternehmen und Start-ups in markt- und wettbewerbsrelevanten Themen und übernimmt auch Positionen als Interim Manager oder in Aufsichtsräten. Außerdem unterrichtet er im In- und Ausland an Schulen und Universitäten zu Markt-, Vertriebs-, Organisations- und Führungsthemen.

<https://www.hajo-mueller.com>