



LEA MARKENERLEBNIS-CHECK IM KUNDENKONTAKT

WIE WÜRDEN SIE SICH ALS KUNDE IHRES UNTERNEHMENS FÜHLEN?
 VERHALTEN SICH IHRE VERTRIEBS- UND KUNDENSERVICEMITARBEITER MARKENKONFORM UND
 TRAGEN SO ZUM NACHHALTIGEN ERFOLG IHRES UNTERNEHMENS BEI? ODER HERRSCHT HIER
 EHER MARKENGRAUZONE ALS MARKENERLEBNIS?

Vertrieb und Kundenservice spielen eine zentrale Rolle in Ihrem Unternehmen. Egal ob es sich hierbei um Außendienst, Servicehotline, Verkauf am Point of Sale oder Kundenservice vor Ort handelt, Ihre Mitarbeiter prägen maßgeblich die Wahrnehmung Ihrer Marke. Markenerlebnis oder Markengau? An diesen Schnittstellen zwischen Unternehmen und Kunden zeigt sich, ob Ihre Marke authentisch und glaubwürdig ist und hält, was sie verspricht. Denn auch das beste Markenversprechen führt zu Vertrauensverlust, wenn es Ihre Mitarbeiter nicht erfüllen können. Wie sieht es bei Ihnen aus? Wie können Sie das überprüfen? Welches Verhalten

wäre markenkonform und wie würde ein echtes Markenerlebnis aussehen?

Unser Markenerlebnis-Check hilft Ihnen dabei genau das heraus zu finden, sowie pragmatisch und objektiv ein Gefühl für die Wahrnehmung Ihrer Kunden zu bekommen. Sozusagen einen Einblick in den Blick von außen. Sie erfahren, ob und inwieweit Ihre Marke in Kundenservice und Vertrieb, d.h. durch Ihre Mitarbeiter, sowie durch die Gestaltung am Point of Sale, zu einem echten Erlebnis wird und wo gegebenenfalls noch Bedarf besteht, die Marke authentisch zum Leben zu bringen.

Was bringt Ihnen der Markenerlebnis-Check?

- } Aktivierung des Potenzials von Vertrieb und Kundenservice für die Kraft Ihrer Marke, an Stelle von bloßer Überprüfung der Servicequalität.
- } Perspektivenwechsel - Sie erfahren, welche Erwartungen Ihre Kunden an Ihre Marke haben und ob diese mit den Erlebnissen übereinstimmen.
- } Sensibilisierung für die Bedeutung markenkonformen Verhaltens für den Unternehmenserfolg.
- } Ideen wie einzigartige Markenerlebnisse speziell in Ihrem Unternehmen aussehen können.



WIE FUNKTIONIERT DER MARKENERLEBNIS-CHECK IM KUNDENKONTAKT?

Wir überprüfen die wichtigsten Kundenschnittstellen in Vertrieb und Kundenservice und zeichnen ein klares Bild von der Übereinstimmung der Markenerlebnisse mit den Versprechen Ihrer Marke. Die Ansprüche, die Ihre Marke an das Verhalten Ihrer Mitarbeiter und die Ausgestaltung Ihres Verkaufsumfeldes stellt, analysieren wir anhand von relevanten Unterlagen und qualitativen Interviews mit Unternehmensvertretern. Auch die Erwartungen, die Ihre Marke bei den Kunden weckt, beziehen wir ein. Mit diesem Wissen stellen wir Ihre Bereiche Vertrieb und Kundenservice auf den Prüfstand. Gezielte, stichprobenartige Maßnahmen, wie beispielsweise Mystery Shopping, Testanrufe und Verkaufsumfeldbegehungen

ermöglichen es dann, Wunsch und Wirklichkeit gegenüberzustellen. Doch geht es uns hierbei nicht um allgemeine Serviceorientierung, Freundlichkeit und Kundenzufriedenheit. Unser Fokus liegt auf der Passung von Marke und erlebter Realität - auf dem ganz eigenen, unternehmensspezifischen Markenerlebnis Ihrer Kunden. Wir leiten das gewünschte Verhalten aus der Marke ab, entwickeln ein klares Vorstellungsbild von unternehmensspezifischen Markenerlebnissen und machen diese überprüfbar.

Zusammengefasst und auf den Punkt gebracht werden diese Ergebnisse in einer Präsentation. Doch lassen wir Sie mit dem Status Quo selbstverständlich nicht alleine. Unsere konkreten Handlungsempfehlungen weisen Ihnen den Weg zu einer Marke die mit einzigartigen Erlebnissen Ihre Kraft in jedem Kundenkontakt entfaltet.

AUFWAND

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Sprechen Sie uns an.

LEA Leadership Equity Association GmbH
Kurfürstendamm 190-192
10707 Berlin
Fon +49.0.30.700 159 630
Fax +49.0.30.700 159 510
welcome@leadership-branding.de
www.leadership-branding.de

Erkenntnis durch Vielfalt.

Die Leadership Equity Association ist ein interdisziplinäres Team aus Experten und Beratern, die sich zur Aufgabe gemacht haben Marken zum Leben zu erwecken. Wir möchten Führungskräfte zu Markenrepräsentanten und Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen. Markenerfolge steigern wir, indem wir Führungs- und Organisationsentwicklung an der Marke ausrichten. Dabei stehen wir für einen eigens entwickelten Beratungsansatz, die systemisch-markenorientierte Beratung. Unternehmen aller Größen und Branchen begleiten wir auf Ihrem Weg, eine glaubwürdige Marke zu werden, indem wir die Marke von innen heraus mit Leben und Kraft füllen.