

Thema: Identitäter

Autor: k.A.



# Wenn die Marke ins Training kommt

Heike Reising,  
Geschäftsführerin von IQM  
und Irmgard Zirkler, Partnerin  
von IDENTITÄTER®, haben  
einen neuen Trainingsansatz  
entwickelt: markenorientiert  
trainieren. Was das Neue  
an diesem Ansatz ist,  
hinterfragte Peter Sommer.

*Wie ist es zu der Idee eines neuen Beratungs- und Trainingsansatzes für die Bereiche Service und Vertrieb gekommen?*

**Heike Reising:** Irmgard Zirkler kommt aus dem Bereich Markenidentifizierung und ich komme aus dem Bereich Training. Beide haben wir daher einen fundierten Marketing-Hintergrund. Wir haben uns deswegen zusammengeschlossen, weil wir merken, dass der Markt einen neuen Ansatz in Vertrieb und Service braucht.

*Was ist das Besondere an dem Beratungsansatz Sales und Service Branding? Was ist der grundsätzliche Unterschied zu anderen Ansätzen?*

**Irmgard Zirkler:** Ausgangspunkt bei unserer Arbeit ist immer die Marke, also die Identität des Unternehmens. Mitarbeiter sollen verstehen, wofür ihre Firma steht und leicht eine Antwort auf die Frage finden: Warum tun wir das alles? Wenn sie dann noch etwas Anleitung bekommen, sind sie wie ausgewechselt. Ohne großes Regelwerk,

ohne strenge Vorgaben gelingt es den Mitarbeitern, das Markenversprechen zu leben. Und das fällt Kunden natürlich positiv auf.

**Heike Reising:** Besonders im Service und im Verkauf macht das einen Unterschied. Denn hier können Mitarbeiter ihren Kunden ein echtes Markenerlebnis verschaffen. Einfach in der Art und Weise, wie sie kommunizieren, sich verhalten, bis hin zum Small Talk ist die Marke spürbar, nämlich authentisch und nicht aufgesetzt.

*Geben Sie uns bitte ein Beispiel!*

**Irmgard Zirkler:** Stellen Sie sich ein Unternehmen vor, das für seine jugendliche Frische bekannt ist. Was wird es machen? Die Shops werden frisch und fröhlich aussehen, die Mitarbeiter flott gestylt sein und jede Form von Grießkrämerei ist klares »No-go«.

*Können Mitarbeiter immer jugendlich frisch sein? Ist das nicht Brain-wash?*

**Irmgard Zirkler:** Es geht nicht darum, dass die Mitarbeiter immer jugendlich frisch sein müssen.

Sondern es geht darum, dass sich die Mitarbeiter bewusst sind, dass sie ihren Kunden ein jugendlich-frisches Markenerlebnis vermitteln sollen und das auf ganz persönliche Art und Weise: Manche mögen's mehr humorvoll, manche sind wahre Entertainer am Telefon und manche große Geschichtenerzähler. Jeder kann seine Individualität ausleben, auch experimentieren und den Kunden von der jugendlich frischen Firma begeistern, im Rahmen des Service oder des Vertriebsleitbildes.

Das Leitbild entwickeln wir gemeinsam mit dem Unternehmen, dabei wird den Mitarbeitern jedoch viel individuelle Handlungsfreiheit ge-

**Thema:** Identitäter

**Autor:** k.A.

währt.

## Kundenzufriedenheit ist zwar wichtig, aber nicht das Allheilmittel.

*Klingt fasst nach heiler Welt?*

**Irmgard Zirkler:** Nein, heile Welt ist das noch lange nicht, jedoch ein Perspektivenwechsel. Denn die Mitarbeiter bekommen mehr Spielraum für ihre Persönlichkeit und verstärkt Gelegenheit, ihre Ideen einzubringen.

Natürlich gibt es ein paar grundsätzliche Spielregeln. Insgesamt bringt unser Ansatz wieder mehr Spaß in Verkauf und Service. Das vermitteln wir auch in den Trainings.

*Wie genau laufen die Trainings ab?*

**Heike Reising:** Unsere Trainings sind lebendig und zielgerichtet. Durch unseren Ansatz haben wir ein gutes Gerüst, in das wir alle konkreten Zielsetzungen einbauen können: vom Führungskräfte-Training über das Beschwerdemanagement bis hin zur Verkaufsschulung. Das aus der Marke und den Kernstärken des Unternehmens entwickelte Service- oder Vertriebsleitbild ist für uns die ideale Basis, an der wir unsere Trainings ausrichten.

Auch hier: Die Perspektive ändert sich und damit die Einstellung. Auch Mut zu eigenen Impulsen und Gedanken finden wir viel häufiger. Seitdem wir die Trainings an diesem Ansatz orientieren, gibt es klare Unterschiede im Verhalten der Mitarbeiter und nachhaltigere Ergebnisse.

*Den Mitarbeitern bringt es mehr Freiheit, aber was haben Unternehmen und vor allem die Kunden davon?*

**Irmgard Zirkler:** Unternehmen bekommen hoch motivierte Mitarbeiter, die sich mit ihrer Firma stärker identifizieren. Also, Menschen, die mitdenken und Verantwortung übernehmen.

Auch Teams, die gut miteinander arbeiten können und sich aufeinander verlassen, nützen den Unternehmen. Es braucht weniger Kontrollaufwand und ergibt mehr Performance.

**Heike Reising:** Und die Kunden spüren das echte Engagement. Sie erkennen Unterschiede zu anderen Dienstleistern oder Marken. Damit entstehen engere Bindun-

gen und längerfristige Kundenbeziehungen. Und wir alle wissen: Starke Marken haben höhere Umsätze, zufriedeneren Kunden und bessere Empfehlungsraten.

*Für welche Unternehmen ist dieser Ansatz interessant?*

**Heike Reising:** Für alle, die sich am Markt durch Service und Vertrieb individuell positionieren wollen. Für alle, denen nicht nur erlerntes Verhalten, sondern Überzeugung und Authentizität ihrer Mitarbeiter wichtig sind und die anders denken und handeln und nicht nur von der Zufriedenheit einzelner Kunden abhängig sein wollen.

**Irmgard Zirkler:** Das ist ein ganz wichtiger Punkt. Der Perspektivenwechsel zeigt sich auch hier. Denn Kundenzufriedenheit ist zwar wichtig, aber nicht das Allheilmittel.

Unternehmen, die klar Position beziehen und sagen, wofür sie stehen und wofür nicht, werden anders bewertet als Unternehmen, die es jedem Kunden recht machen wollen. Wir nennen es »off brand« versus »on brand« Verhalten. Off-brand-Verhalten fokussiert gänzlich auf die Zufriedenheit des einzelnen Kunden.

Der Nachteil: Unternehmen und Mitarbeiter sind fremdbestimmt. Der Kunde hat das alleinige Sagen. On-brand-Verhalten im Kundenkontakt ist selbstbewusster: Die Mitarbeiter verhalten sich im Kundenkontakt stimmig zur Unternehmensidentität und lösen damit das Markenversprechen ein.

Der Kunde erlebt keinen Widerspruch zwischen veröffentlichtem Markenversprechen und Mitarbeiterverhalten und vertraut der Marke, auch beim nächsten Kauf.

*Danke für das Gespräch.* □

[www.sales-service-branding.at](http://www.sales-service-branding.at)

[www.iq-m.at](http://www.iq-m.at)

[www.identitaeter.at](http://www.identitaeter.at)



Heike Reising und Irmgard Zirkler