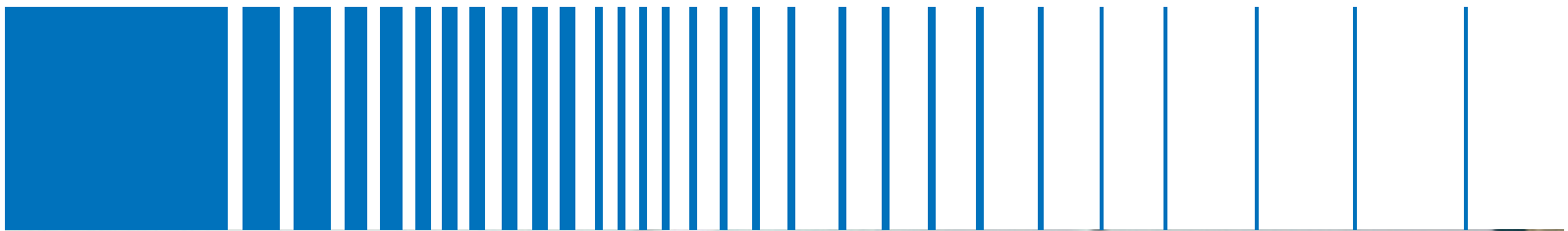


Kundenorientierung mit System

Module für einen erfolgreichen Kundenkontakt



„In einem immer stärker **markt- und wettbewerbsorientierten** Fach
kann nur der **erfolgreich** sein, der seine Produkte und Dienstleistungen im Bewusstsein
der Verbraucher als überzeugendes Angebot ständig **präsentieren** kann.“

Impressum
DVGW-Akademie
Luisen Carree
Robert-Koch-Platz 4
10115 Berlin
Telefon: (030) 79 47 36-61
Telefax: (030) 79 47 36-69
Leitung: Claus-Werner Ludwig
E-Mail: akademie@dvgw.de

Kundenorientierung mit System

Ziel der Akademie-Module zur Kundenorientierung ist es, die Unternehmen bei den sich ständig verändernden Rahmenbedingungen der Versorgung der Bevölkerung mit Energie und Wasser zukunftsorientiert zu unterstützen und zu begleiten. Mehr Wettbewerb und mehr Kostendruck erfordern dabei eine deutlich höhere Eigenverantwortung, Eigenständigkeit und Kundenorientierung bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Im Mittelpunkt der Akademie-Module zur Kundenorientierung stehen Seminare, Trainings und Workshops mit den Schwerpunkten Kundenorientierung, Kundenbedürfnisse, Verhaltenstraining und Kundenbeziehung sowie die Themen Erdgas, Trinkwasser und Energiewirtschaft. Auf das jeweilige Unternehmen abgestimmte Inhouse-Veranstaltungen stellen ein wichtiges Instrument zur Vermittlung der nötigen Kompetenzen dar. Die DVGW-Akademie bietet deshalb am jeweiligen Bedarf orientierte, maßgeschneiderte Konzepte an.

Module für einen erfolgreichen Kundenkontakt



Grundlagenseminare

Erdgas im Gespräch

Ziel

Seminarziel ist es, durch sachbezogene Argumente das positive Erdgasimage zu festigen. Im Mittelpunkt stehen dabei die kundenspezifischen Fragen der Erdgasversorgung und -verwendung.

Inhalt

- **Erdgas ist Primärenergie**
Die wichtigsten Primärenergien/
Vorteile der Primärenergie Erdgas
- **Erdgas ist versorgungssicher**
Erdgasförderländer/Erdgasvorräte und Reichweiten/
die örtliche Erdgasversorgung
- **Erdgas ist ungefährlich**
Maßnahmen des GVU/Bereitschafts- und
Entstörungsdienst/Gerätesicherheit
- **Erdgas ist zukunftsweisend**
Kraft-Wärme-Kopplung/Brennstoffzelle
- **Erdgas ist umweltschonend**
Die wichtigsten Schadstoffe/Entstehung der Schad-
stoffe/Erdgasheizungen reduzieren Umweltbelastung
- **Erdgas ist sparsam**
Der Wärmebedarf/die Funktion der Heizungsanlage/
die Gerätevielfalt bei der Erdgasverwendung
- **Erdgas ist wirtschaftlich**
Die Kundenabrechnung/Heizkostenvergleich
verschiedener Energieträger und Heizsysteme/
der örtliche Wärmemarkt

Trinkwasser im Gespräch

Ziel

Seminarziel ist es, durch sachbezogene Argumente das positive Trinkwasserimage zu festigen. Im Mittelpunkt stehen dabei die kundenspezifischen Fragen der Trinkwasserversorgung und -verwendung.

Inhalt

- **Wasserkreislauf – Wasserdargebot**
Der natürliche Wasserkreislauf/der Wasserhaus-
halt/der Wasserbedarf
- **Wasser – ein Naturprodukt**
Stoffliche Eigenschaften/Inhaltsstoffe aus der
Natur/Wasser – das Lebensmittel Nr.1
- **Schutz unseres Wassers**
Belastung aus der Umwelt/Verantwortung der
Bürger, Kommunen, Landwirtschaft, des Gewerbes
und der Industrie
- **Vom Rohwasser zum Trinkwasser**
Aufbereitung durch Natur und Technik/
Anforderungen an die Trinkwassergüte/die örtliche
Trinkwasseranalyse
- **Unsere Kunden und ihr WVU**
Die örtliche Wasserversorgung/Wasserpreis und
Kundenabrechnung
- **Trinkwasser im Haushalt**
Verantwortungsbewusste Trinkwasserverwendung/
Erhaltung der Trinkwassergüte/Gewässerschutz

Energiewirtschaft

Ziel

Ziel des 2-tägigen Kompakt-Seminars Energiewirtschaft ist es, einen Überblick für alle Facetten der Energiewirtschaft zu geben. Neben den grundlegenden energiewirtschaftlichen Themen werden dabei auch erneuerbare Energie, Umweltschutz, Kundenanlagen und zukunftsorientierte Technologie angesprochen.

Inhalt

- **Energieträger**
Entstehung, Vorräte, Verbrauch, Reichweite
- **Stromerzeugung**
Kraftwerksarten, Entwicklung der Stromerzeugung, Kosten der Stromerzeugung
- **Energieverteilung**
Erdgasnetze, Stromnetze, Besonderheiten ausgewählter Energieträger
- **Kundenanlagen**
Heizungsanlage, Energieeffizienz, Strom im Haushalt, Energieträger im Vergleich
- **Umwelt**
Treibhauseffekt CO₂, Emissionshandel, Umweltbelastungen im Vergleich
- **Zukunft**
Kraft-Wärme-Kopplung, Brennstoffzelle, Solarenergie, Wärmepumpen, alternative Kraftstoffe
- **Energiemarkt**
Liberalisierung des Energiemarktes, Anbieter, Preise und Abrechnung
- **Unsere Strom- und Gasnetze**
Rechtliche Rahmenbedingungen, Nutzungsentgelte, Regulierung der Netze
- **Das EVU im Wettbewerb**
Kundenbedürfnisse und spezifische Produkte, Prinzip Strom/Gaspreiskalkulation, Wettbewerbssituation im Endkundenvertrieb
- **Energiehandel und -beschaffung**
Der Markt für Stromerzeugung und Gasimport, Strombeschaffung und Gashandel, Märkte der liberalisierten Energie

Grundlagen-/Aufbauseminare

Grundlagen der Kundenorientierung

Ziel Ziel des Seminars ist es, sich und andere Kunden im Umgang miteinander besser zu verstehen. Unzufriedenheit in kritischen Situationen wird durch geeignete Strategien reduziert.

- Inhalt**
- **Das Image der Versorgungsunternehmen**
Bedeutung des Mitarbeiters bei der Imagebildung
 - **Verschiedene Aspekte der Kommunikation**
Kommunikationsmodell
 - **Kundenbedürfnisse – Kundenbefürchtungen**
Grundlagen der Motivation
 - **Der positive Gesprächsabschluss**
Grundlagen zur künftigen Kontaktpflege
 - **Grundlagen der Kontaktherstellung**
Regeln für einen guten „Sprecher“ und einen guten „Zuhörer“
 - **Typologie und Verhalten der Kunden**
Methodischer Aufbau und Ablauf von Kundengesprächen
 - **Strategien der Überzeugung**
Fragen – Zuhören – Argumentieren

Kundenorientierung in der Praxis

Ziel Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden auf der Basis des Seminars „Grundlagen der Kundenorientierung“ und unter Einbeziehung der in der Zwischenzeit gesammelten praktischen Erfahrungen neue Ziele zum Erreichen und Aufrechterhalten eines guten Kundenkontaktes definieren und umsetzen können.

- Inhalt**
- **Motivationsraster**
Erscheinungsbild, sprachlicher Ausdruck
Verhalten im Umgang miteinander
Verhalten in der Gruppe
Verbale taktische Formulierung
 - **Türöffner**
Wie bin ich freundlich und korrekt?
Wie lenke ich das Gespräch zielbewusst?
Wie gehe ich sorgsam mit der Zeit um?
Wie handle ich beherrscht?
 - **Kundenbedürfnisse**
Positive Kundenbehandlung: Bedürfnisse befriedigen, Befürchtungen abbauen
 - **Grundregeln der Überzeugungstechnik**
Eigene Meinung mit Takt und Rücksichtnahme vertreten – nicht nur gegenüber Führungskräften, sondern erst recht gegenüber Kundinnen und Kunden
 - **Methoden der Einwandbehandlung**
Kennenlernen von typischen Kundeneinwänden
Aufzeigen eines sachorientierten und zur Zufriedenheit der Kundin/des Kunden führenden Gespräches

Überzeugend vor Kunden auftreten

Ziel Seminarziel ist es, dem Kunden gegenüber sicher aufzutreten, Techniken der Gesprächsführung zu beherrschen, argumentieren zu können, in der Argumentation mit dem Kunden zu bestehen und zu überzeugen.

- Inhalt**
- **Persönliche Wirkung und Überzeugungsfähigkeit analysieren und einsetzen können**
Analyse des persönlichen Auftretens
Kommunikative Stärken im Kundenkontakt erkennen
Kundenorientiert denken und sprechen
Das eigene Sprachrepertoire erweitern
 - **Grundlagen erfolgreicher Kommunikation kennen**
Methoden der Gesprächslenkung
Einwände entkräften
Argumentationstechniken
 - **Strategien für schwierige Situationen**
In schwierigen Gesprächssituationen überzeugen können
Umgang mit unfairen Angriffen
Rhetorische Fallstricke erkennen
Eigenen Standpunkt konstruktiv vertreten
 - **Schlagfertigkeitstraining**
Bausteine der Schlagfertigkeit
Auf Unsachlichkeiten und Angriffe reagieren
Unsachliche Gegenargumente kontern können

Aufbaueminare-Vertiefung

Telefontraining

Ziel Ziel des Seminars ist es, dass die Fach- und Führungskräfte die besonderen Stressfaktoren bei Telefongesprächen erkennen und „Spielregeln“ des Telefonierens erarbeiten, um am Telefon kundenorientiert und partnerbezogen zu kommunizieren.

- Inhalt**
- **Stresssituationen im Kundenverhalten**
 - Ursachen und Wirkung
 - Kommunikation für Abbau von Stress
 - Stufen von konfliktfreien Gesprächssituationen
 - Besonderheiten beim Telefonat
 - Persönliche Nachlässigkeit
 - Mangelnde Vorbereitung
 - Schlechte Telefonorganisation
 - **Frage- und Einwandbehandlung**
 - Formulierungen, die zum Widerspruch reizen, sprachliche Oberflächlichkeit (gleichgültig, ablehnend, verurteilend, ausredend, rechthaberisch, bagatellisierend, rechtfertigend)
 - **Reklamationen als Chance begreifen**
 - Warum reklamieren die Kunden?
 - Welche negativen Folgen können Reklamationen haben?

Kundenorientiert handeln intern und extern

Ziel Kundenkultur gleich Unternehmenskultur garantiert eine qualitätsvolle Kundenbeziehung. Eine gelungene Verbindung von absoluter Praxisorientierung mit gründlicher gedanklicher Untermauerung zu erreichen, ist Ziel dieses Seminars. Mit faktenorientierten Aussagen und erfolgreichem Beziehungsaufbau ist der zukünftige Unternehmenserfolg im Vergleich zum Mitbewerber garantiert.

- Inhalt**
- **Rhetorik und Gesprächsführung im Kundenkontakt**
 - Kundenorientierung von der Theorie in die Praxis umsetzen
 - Wer ist der zukünftige Kunde?
 - Kundenorientierung bedeutet auch: gegen den Strom zu rudern
 - Mitarbeiter/-in als Pate für das Kundenbedürfnis
 - **Dialogorientierte Kundenbeziehungen statt Reklamationsverhinderung**
 - Wie erreichen wir den zufriedenen Kunden?
 - Ich-bin-für-Sie-da-Gefühl vermitteln
 - Reklamationen und Beschwerden zum beiderseitigen Vorteil abschließen
 - Aktives Hinhören – Gezieltes Fragen – Aktives Zuhören
 - **Türöffner im Kundenkontakt in die Praxis umsetzen**
 - Kundenorientierung – Motivation
 - Kundendialog – Kundenansprache
 - Kundenerwartungen – Kundenzufriedenheit
 - Kunden – Lebenspartner – Kundenbindung
 - **Kundenorientierung nach außen benötigt Kundenorientierung nach innen**
 - Das Selbstwertgefühl des anderen achten
 - Situationen und Wahrnehmungseinflüsse berücksichtigen
 - Gründe oder Motive des Verhaltens berücksichtigen
 - Negative Emotionen vermeiden, Spannungen lösen
 - Regeln erfolgreicher Gesprächsführung anwenden
 - **Kundenorientierung aus Sicht des Kunden**
 - Gute Gründe warum gerade heute Kundenorientierung so wichtig ist
 - Persönliche Einstellungen zum Kunden erkennen
 - Arten der Kundenorientierung – Zusammenhänge von Qualität und Service akzeptieren und pflegen

Vertiefung – Spezialisierung – Training

Teamorientiert im Kundenkontakt

Ziel Die Teilnehmer setzen sich aktiv damit auseinander, wie sie mit praktischer Arbeit, ihren unterschiedlichen Neigungen, Wertvorstellungen und individuellen Leistungsmaßstäben eine erfolgreiche kundenorientierte Zusammenarbeit erreichen.

- Inhalt**
- **Gemeinsames Leitbild entwickeln**
Kooperation innerhalb des Teams und der Organisation stärken
 - **Vom Einzelkämpfer zum Team**
Interessen einzelner Gruppen, Abteilungen erkennen und kanalisieren
 - **Teamgeist und Selbstverantwortung**
Regeln der Teambildung
 - **Teamorientiertes Auftreten im Kontakt mit internen und externen Kunden**
Wie gehen wir mit dem „Kunden“ Kollege um
 - **Widerstände auflösen**
Prioritäten setzen

Kundenorientiert Mitarbeiter führen

Ziel Mitarbeiterführung in einer zukunfts- und mitbewerbsorientierten Kundenorientierung heißt effektive Steigerung von Kooperation und Kommunikation, Selbstwert, Vertrauen sowie Toleranz. Kundenorientierung nach „außen“ verlangt, durch das eigene Verhalten als Führungskraft kundenorientiertes Verhalten der Mitarbeiter zu fördern. Die individuelle Leistungsfähigkeit der Beschäftigten ist für die Kundenbedürfnisse zu fördern und zu fordern.

- Inhalt**
- **Kunde – Mitarbeiter – Führung**
Was will der Kunde – der Mitarbeiter – die Führungskraft?
 - **Was heißt Führung**
Qualität der zwischenmenschlichen Beziehungen
 - **Zum kundenorientierten Verhalten motivieren**
Wie gelingt es Führungskräften, ihre Mitarbeiter für die Kunden zu begeistern?
Wie werden Mitarbeiter befähigt und motiviert, kundenorientiert zu arbeiten?
 - **Leitbild „Kundenkultur“**
Führungskraft ist Vorbild
Vermittlung von Leitbildern
Führungsstil und „Kundenorientierte Unternehmenskultur“
 - **Welchen Führungsstil braucht Kundenorientierung?**
Persönlichkeitsmerkmale und Sozialkompetenz der Führungskraft
 - **Führung und Kommunikation**
(gesprächs-)fördernde und (gesprächs-)störende Aspekte
Positive Beziehungsgestaltung zum Mitarbeiter
Wie gehen wir mit dem Kunden „Mitarbeiter“ um?
 - **Befähigungen beim Mitarbeiter erkennen und fördern**
Kernkompetenzen kundenorientierten Verhaltens
Potenziale der Mitarbeiter erkennen und einsetzen
 - **Loyalität und Verlässlichkeit**
Wesentliche Elemente des Miteinander

Praxisbegleitung durch Workshops

Ziel Workshops begleiten den längerfristig angelegten Prozess einer konsequenten Orientierung des Unternehmens auf den Kunden.
Sie ermöglichen es, ausgerichtet an spezifischen Fragestellungen im Unternehmen, Mitarbeiter und Führungskräfte bezüglich bestimmter Fragestellungen und Probleme zu sensibilisieren, konsequent kundenorientiertes Denken zu trainieren und Lösungsmöglichkeiten für Herausforderungen im Kundenkontakt zu erarbeiten. Workshops orientieren sich an spezifischen Fragestellungen im Unternehmen bzw. wenden sich auch an bestimmte Mitarbeitergruppen im Unternehmen wie z.B. Vertrieb, Inkasso ...

„Maßgeschneiderte *Bildungskonzepte berücksichtigen **individuelle** Anforderungen*
eines Unternehmens und liefern gezieltes Fach- und Führungswissen.“

Inhouse-Angebote

Alle Zertifikatslehrgänge, Seminare und Trainings werden auch als Inhouse-Veranstaltung angeboten.

Die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens und die persönliche und berufliche Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehen Hand in Hand. Alle Zertifikatslehrgänge, Seminare, Trainings und Workshops bieten wir Ihnen daher auch als Inhouse-Veranstaltungen zu gesonderten Konditionen an. Dabei entscheiden Sie, ob Sie

- Struktur und Inhalte im Wesentlichen beibehalten wollen oder
- Inhalt und Konzept an Ihre Bedürfnisse anpassen möchten.

Wir beraten Sie hierbei gerne und entwickeln mit Ihnen gemeinsam das für Sie maßgeschneiderte Konzept.

Zahlreiche Unternehmen der Versorgungsbranche sind bereits seit Jahren unsere Kunden und lassen Ihre Fach- und Führungskräfte durch den DVGW qualifizieren und weiterbilden.

Anfragen zu allen Modulen per Fax (030) 79 47 36-69

Bitte schicken Sie uns bei Interesse diese Seite ausgefüllt zurück. Wir werden uns telefonisch mit Ihnen in Verbindung setzen.

Unternehmen/Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Ansprechpartner _____

Tel./Fax _____

E-Mail _____

DVGW-Mitglieds-Nr.

--	--	--	--	--	--	--

 (bitte unbedingt angeben)

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift