

So formulieren Sie ein authentisches Kundenversprechen

als Selbstständiger, Start-up oder KMU

Kundenversprechen haben grossen Einfluss auf die Wahrnehmung einer Marke und können Kunden langfristig an ein Unternehmen binden.

Inhalt

Vorwort	4
Was ist ein Kundenversprechen?	5
Bestandteile eines Kundenversprechens	7
Erfolgreiche Kundenversprechen formulieren	10
Die Kundenversprechen bekannter Schweizer Marken	11
Online-Reputation und digitales Vertrauen	13

Vorwort

Wie formuliere ich ein authentisches Kundenversprechen? Und was bringt das überhaupt? In diesem Praxisratgeber werden wir genau diese Fragen erörtern. Sie erfahren, was ein Kundenversprechen ist, welche Bestandteile es unbedingt enthalten muss und wie Sie es erfolgreich formulieren können. Darüber hinaus werfen wir einen Blick auf die Kundenversprechen grosser und bekannter Schweizer Marken. Abschliessend diskutieren wir die Bedeutung und Notwendigkeit eines Kundenversprechens in der heutigen digitalen Welt.

Als Startup im TrustTech-Sektor hat KundenVersprechen.ch in den letzten Jahren eine wichtige Aufgabe übernommen: Wir sammeln, erforschen und zertifizieren Kundenversprechen von Unternehmen. Seit unserer Lancierung im Jahr 2019 liegt unser Fokus darauf, gewissenhaften Schweizer Unternehmen dabei zu helfen, durch ein authentisches Kundenversprechen Vertrauen aufzubauen und neue Kunden zu gewinnen.

Wir freuen uns, dass unsere Bemühungen Früchte tragen. Inzwischen haben über 2000 Schweizer Anbieter ihr Kundenversprechen auf KundenVersprechen.ch veröffentlicht. Insbesondere Dienstleister, Coaches, Berater und KMU nutzen unseren Online-Service, um digitales Vertrauen bei ihren Kunden aufzubauen und mehr Aufmerksamkeit sowie Klicks zu generieren. Die Einhaltung eines Kundenversprechens wird durch das Feedback echter Kunden in Form von Online-Bewertungen bestätigt.

Doch wie entwickelt man eigentlich ein erfolgreiches Kundenversprechen? In dieser Broschüre versuchen wir, Ihnen darauf eine Antwort zu geben. Wir möchten Sie für dieses wichtige Thema sensibilisieren und Ihnen die Bausteine liefern, die Sie für die Formulierung eines authentischen Kundenversprechens benötigen.

Was ist ein Kundenversprechen?

Das Kundenversprechen ermöglicht es Unternehmen, zu kommunizieren, wer sie sind, was sie tun und wofür sie stehen. Es ist eine prägnante Aussage, die mit wenigen Worten alles Wichtige vermittelt. Es ist eine Botschaft, die sich in den Köpfen der Kunden einprägt. Ein Kundenversprechen macht ein Produkt oder eine Dienstleistung unverwechselbar und einzigartig. Im Marketing haben Kundenversprechen eine bedeutende Rolle, da sie einen grossen Einfluss auf die Wahrnehmung einer Marke haben und Kunden langfristig an ein Unternehmen binden können.

Das Kundenversprechen drückt aus, nach welchen Standards und Werten ein Unternehmen handelt und definiert den Nutzen der angebotenen Lösung für eine spezifische Zielgruppe auf den Punkt genau. In einer Zeit, in der wir mit gesättigten Märkten, vielen Anbietern und ähnlichen Produkten und Dienstleistungen konfrontiert sind und die Konkurrenz nur einen Mausklick entfernt lauert, spielt die Differenzierung am Markt eine entscheidende Rolle.

Grosse Konzerne haben längst erkannt, wie wichtig ein starkes und überzeugendes Kundenversprechen ist, und beschäftigen heute ganze Teams von Marketingspezialisten, die sich auf diese Fragestellungen konzentrieren. Aber auch kleine und mittlere Unternehmen müssen darüber nachdenken, wie ihre Marke nach aussen hin wahrgenommen wird und wie sie das Vertrauen ihrer Kunden aufbauen können.

Zusammenfassend lässt sich das Kundenversprechen als das "Ehrenwort eines Unternehmens, sich 100% gewissenhaft in den Dienst der Kunden zu stellen" definieren. Es dient den Kunden als Orientierungshilfe, ermöglicht Vertrauen und stärkt die Glaubwürdigkeit. Der Name ist Programm: Das Kundenversprechen ist ein Versprechen an die Kunden - und dieses Versprechen gilt es tagtäglich mit Leben zu füllen.



Bestandteile des Kundenversprechens

Jedes Kundenversprechen muss bestimmte Bestandteile enthalten, die zwingend sind. In den Kundenversprechen grosser und kleiner Unternehmen tauchen in der Regel zwei wiederkehrende Elemente auf:

1. Nutzen
2. Servicefreundlichkeit

Neben einer präzisen Definition des Produktnutzens kommunizieren Kundenversprechen, dass man sich als Kunde auf die angebotene Leistung zu 100 Prozent verlassen kann. Ein Kundenversprechen dient daher immer als Wertversprechen (Value Proposition) und gleichzeitig als eine Art persönliche Vertrauensgarantie.

Beiden Aspekten muss gleichermassen Aufmerksamkeit geschenkt werden, damit ein Kundenversprechen effizient ist. Wie so oft im Marketing sind auch hier kreative Fähigkeiten gefragt. Wie gelingt es, ein solides Bild zu vermitteln, das der Realität entspricht?

Die Aufgabe besteht darin, auf den Boden der Tatsachen zu gelangen. Welches Problem löst mein Unternehmen eigentlich? Was passiert, wenn ein Kunde sich für mein Angebot entscheidet? Wie betrachte ich den Kunden? Als Partner? Als Freund?

Wenn Sie den Nutzen Ihres Angebots in einen einfachen und kurzen Satz reduziert haben, der genau ausdrückt, was Sie tun, dann haben Sie bereits die halbe Miete. Diese "technische Seite" müssen Sie nun nur noch mit einer "emotionalen Seite" ergänzen - nämlich der Servicefreundlichkeit und dem Wertebekenntnis Ihres Unternehmens. Mit anderen Worten: Sie sollten Empathie ausdrücken und Kompetenz durch Leistung zeigen. Das ist leichter gesagt als getan.

Neben einer sehr exakten Definition des Produktnutzens kommunizieren Kundenversprechen, dass man sich auf die angebotene Leistung einhundertprozentig verlassen kann.

Qualität

Wir streben nach
Qualitätsprodukten und
Dienstleistungen.

Service

Wir erledigen
Aufträge nach besten
Wissen und Gewissen.

Beratung

Wir beraten Kunden
bei Ihren Anliegen
seriös und umfassend.

Fairness

Wir suchen gemeinsam
pragmatisch nach
guten Lösungen.

Fachexpertise

Wir arbeiten professionell
und verstehen unser
Handwerk.

Leidenschaft

Wir versuchen
Kundenerwartungen
konstant zu übertreffen.

Erfolgreiche Kundenversprechen formulieren

Wenn Sie sich mit der Formulierung eines Kundenversprechens beschäftigen, sollten Sie sich zuerst die Frage stellen, an wen Ihre Botschaft gerichtet ist. Wer sind Ihre Kunden? Handelt es sich um Unternehmen oder Privatpersonen? Eine angemessene Zielgruppenanalyse ist eine wesentliche Voraussetzung für das Verfassen eines authentischen Kundenversprechens.

Anschliessend ist es wichtig, sich Gedanken über die Unternehmenswerte zu machen. Welche Werte sollen Kunden mit Ihrem Unternehmen verbinden? Wofür steht Ihre Marke? Erstellen Sie eine Liste mit zwei bis fünf Werten, die Sie mit Ihrem Unternehmen in Verbindung bringen. Servicefreundlichkeit sollte auf jeden Fall enthalten sein.

In jedem Fall kommuniziert das Kundenversprechen, welchen Nutzen ein Kunde von Ihrem Angebot hat. Kundenversprechen und Nutzen sind eng miteinander verbunden. Wenn Sie also Kunden zusichern möchten, dass Sie der richtige Ansprechpartner sind, um ein bestimmtes Problem zu lösen, gelingt dies nur, wenn Sie einen konkreten Nutzen vermitteln.

Wie Sie Ihr Kundenversprechen formulieren und kommunizieren, liegt letztendlich natürlich bei Ihnen. In der Praxis hat sich jedoch der sogenannte "Elevator Pitch" bewährt. Das Konzept ist einfach: Stellen Sie sich vor, Sie fahren mit einer anderen Person im Aufzug. Diese fragt Sie, was Sie beruflich machen. Nun müssen Sie in wenigen Sekunden auf den Punkt bringen, was Sie für wen leisten.

Vermeiden Sie unnötige Details und allgemeines Geschwafel. Es ist wesentlich, dem Kunden das Gefühl zu vermitteln, dass er bei Ihnen in guten Händen ist. Sie möchten Ihrem Kunden Sicherheit geben, daher sollte auch Ihr Kundenversprechen kurz, klar und prägnant ausdrücken, was der Kunde von Ihrem Unternehmen erwarten kann, wenn er sich dafür entscheidet. Denn wie es schon in der Bibel steht, sollte ein Ja ein Ja sein und ein Nein ein Nein. Mehr gibt es im Grunde genommen bei einem Versprechen nicht zu sagen.

Die Kundenversprechen bekannter Schweizer Marken

Wir haben uns intensiver mit den Kundenversprechen der grossen Schweizer Marken befasst, um Schweizer KMU bei der Ausformulierung eines authentischen Kundenversprechens besser unterstützen zu können. Dabei haben wir die Kundenversprechen von über 200 Schweizer Konzernen und Traditionsmarken untersucht.

Das Ergebnis zeigt, dass alle Schweizer Marken neben einer präzisen Definition ihres Produktnutzens auch grossen Wert darauf legen, zu kommunizieren, dass sich ihre Kunden zu 100 Prozent auf die angebotene Leistung verlassen können. Viele Marken haben ihr Kundenversprechen kurz und prägnant in ihrem Firmenslogan zusammengefasst. Es gibt jedoch oft auch eine detailliertere Version des Kundenversprechens, die im Rahmen der Unternehmenswerte oder des Firmenleitbilds umfassend beleuchtet und kommuniziert wird.

Was also versprechen die Branchenriesen ihren Kunden? Auf KundenVersprechen.ch haben wir unter der Kategorie "Traditionsmarken" die Kundenversprechen

der grossen Unternehmen zusammengetragen. Um einen Eindruck von der Kundenzufriedenheit zu bekommen, haben wir die Google-Bewertungen des jeweiligen Unternehmens direkt neben ihrem Kundenversprechen veröffentlicht.

Es ist auf jeden Fall interessant zu sehen, dass jedes erfolgreiche Unternehmen auf dem Markt sich ausführlich Gedanken über sein eigenes Kundenversprechen gemacht hat und grossen Wert darauf legt, dieses an die Kundschaft zu vermitteln.



Schweizer
Traditionsmarke



ascom

Unser Kundenversprechen

MIT UNSEREN LÖSUNGEN VERBESSERN
UNTERNEHMEN DIE SICHERHEIT,
EFFEKTIVITÄT UND KOMMUNIKATION
IHRER MITARBEITER.



Basler
Versicherungen

Unser Kundenversprechen

IHR ZUVERLÄSSIGER PARTNER
FÜR EINFACHE UND SICHERE LÖSUNGEN
RUND UM FINANZIELLE ABSICHERUNG.



Läderach
chocolatier suisse

Höchste Qualität von
der Kakaobohne bis zum
Schokoladengenuss.

Unser Kundenversprechen

Online-Reputation und digitales Vertrauen

Das Kundenversprechen hat heute insbesondere im digitalen Raum eine grosse Bedeutung. Um Kunden von ihrem Angebot zu überzeugen, müssen Unternehmen alles daransetzen, ihr digitales Vertrauen zu stärken.

Immer mehr Kunden recherchieren vor einem Kauf im Internet, um herauszufinden, wer wir sind, ob unser Angebot etwas taugt und was andere Menschen darüber denken. Ein guter Ruf in der Online-Welt ist in den letzten Jahren zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor geworden. Die Frage "Was findet man über mich und mein Angebot, wenn jemand meinen Namen oder den Namen meiner Firma bei Google eingibt?" beschäftigt mittlerweile sowohl grosse als auch kleine Unternehmen.

Neben der eigenen Firmen-Website und Profilen in den sozialen Medien spielen auch Zeitungsartikel, Blogs, Rezensionen und ein authentisches Kundenversprechen eine entscheidende Rolle.

Digitales Vertrauen ist die neue Währung auf dem Markt. Unternehmen müssen alles daran-

setzen, ihre Kunden dort abzuholen, wo sie sich aufhalten. Heutzutage ist das vor allem online. Eine starke und überzeugende Online-Reputation sollte niemals unterschätzt werden. Wer bei Google nicht gefunden wird, existiert praktisch nicht.

Fragen Sie sich selbst: Was finden Kunden über mich oder mein Unternehmen im Netz? Sind es Inhalte, die Vertrauen schaffen und meine Expertise untermauern? Oder sind es vielleicht negative Inhalte, wie kritische Presseartikel oder private Partyfotos, die natürlich kein Vertrauen fördern.

Unser Tipp: Registrieren Sie sich für eine Unternehmensseite auf KundenVersprechen.ch. Dort können Sie Ihr Kundenversprechen präsentieren, und die Seite ist suchmaschinenoptimiert für Ihren Firmennamen, sodass sie ganz oben erscheint, wenn jemand online Informationen über Ihr Geschäft sucht. Auf diese Weise schaffen Sie Vertrauen und stärken Ihren guten Ruf im Internet.

Mehr Informationen dazu finden Sie auf www.kundenversprechen.ch.

kunden✓versprechen.ch



Eine Initiative des
**Schweizerischen
Konsumentenbunds**

KundenVersprechen.ch
Murbacherstrasse 19
CH-6003 Luzern

Tel. +41 (0)44 998 12 21

info@kundenversprechen.ch
www.kundenversprechen.ch