

Liebe auf den zweiten Blick gibt es nicht



Weil sich die Reihen der Stammkunden dann lichten nimmt die Neukundengewinnung in Zeiten des Abschwungs an Bedeutung zu. Wichtig ist es bei der Akquirierung von Auftraggebern, sofort einen guten Eindruck zu hinterlassen. Eine zweite Chance ist meist nicht drin.

Zweifelsohne hat sich im Bereich der Postbearbeitung, insbesondere des Frankierens in den vergangenen Jahren viel getan. War es früher lediglich möglich, eine Postsendung mit Absender und Portowert zu versehen, lassen sich heute digitale Abdrucke darauf anbringen.

Denn Frankiermaschine sind inzwischen intelligente, in Netzwerke eingebundene Geräte. Dank digitaler Prozesse, stehen den Anwendern jederzeit einwandfrei funktionierende Systeme für die Aufladung von Porto zur Verfügung – Manipulationen ausgeschlossen.

KLARE REGELN

Doch trotz der zunehmender Komplexität der Abläufe im Hintergrund soll die Nutzung der Maschinen einfach bleiben. „Die Technik soll dem Menschen dienen und nicht umgekehrt“, sagt Rainer Geiß, Geschäftsführer der Frama Deutschland GmbH. „Von einer Frankiermaschine wird nur erwartet, dass sie ihre Aufgabe zuverlässig erledigt. Sie darf nicht auffallen.“ Und am besten auch nicht ausfal-

len. Sollte es aber einmal passieren, ist der Anwender auf den Service angewiesen. „Der Kunde muss mit dem Service rundum zufrieden sein“, weiß Geiß. „Und guter Service fängt bei der Anfrage der Interessenten bereits an.“

So wird bei Frama jeder Anruf sofort bearbeitet, E-Mail-Anfragen innerhalb 30 Minuten: Der Interessent bekommt in dieser Zeit einen Rückruf, um seine Aufgabenstellung und das zu versendende Postvolumen zu ermitteln. So lautet die Regel der Gruppe, die

nicht nur in Belgien, Deutschland, England, Frankreich, Niederlande, Österreich, Schweden und der Schweiz, wo Frama alle Produkte entwickelt und produziert, sondern auch in Südafrika präsent ist. Zu ihrem Portfolio zählen unter anderem elektronische Frankier- und Wiegesysteme, automatische Brieföffner, Falzmaschinen, Datenmanagement und automatisierte Dienstleistungssysteme. „Anrufer werden ausführlich abgefragt, sodass wir für sie ein individuelles Angebot erarbeiten kön-



FRANKIERMASCHINEN: Mittlerweile sind sie intelligente, in Netzwerke eingebundene Systeme, die den Anwendern jederzeit für die Aufladung von Porto zur Verfügung stehen.

nen“, erklärt Geiß. „Und wir schicken es per Post, zusätzlich zu den üblichen Mails.“

Haben die Frama-Mitarbeiter in Erfahrung gebracht, innerhalb welcher Zeitspanne der Interessent das Produkt oder die Dienstleistung braucht, stellt sich die Frage, ob eine Beratung vor Ort nötig ist. Wenn ja, fährt der eigene Außendienst oder ein Fachhändler hin. Dieser unterliegt den gleichen Qualitätskriterien wie die Frama-Mitarbeiter und erhält alle für seinen Einsatz benötigten Informationen vom Frama-Kundenservice-Center. Die anschließende Kontrolle durch Letzteres, ob alles im Sinne des Kunden erledigt wurde, gibt diesem eine zusätzliche Sicherheit.

„Diese enge Zusammenarbeit zwischen Frama und den Händlern ist frei von jeglichem Konkurrenzgedanken“, lobt Geiß. „Sie kommen unseren Kunden zu Gute.“ Dies tun auch die einheitlichen Preise – egal ob der Kunde beim Fachhandel oder bei Frama direkt bestellt –, die sowohl die Beratung als auch die Abmeldung alter Geräte und die Benutzung der kostenlosen Hotline beinhalten. Doch sind die Preise nicht alles. Besonders bei der Gewinnung von neuen Kunden, ist es enorm wichtig, sich von vorne herein von seiner besten Seite zu zeigen. „Wir haben eine einmalige Chance, einen guten Eindruck zu hinterlassen“, betont Geiß. „Liebe auf den zweiten Blick gibt es nicht.“

KOSTENFREI TESTEN

So kommt beispielsweise einer guten Vorbereitung bei der Vorführung von Produkten eine wesentliche Bedeutung zu. „Zeigen wir

„Zu einem guten Service gehört auch gut ausgebildetes Personal. Aus diesem Grunde bilden wir selber aus. Bereits acht Prozent unserer Belegschaft in Deutschland besteht aus Auszubildenden.“

RAINER GEISS, Geschäftsführer der Frama Deutschland GmbH



einem Kunden das Funktionieren eines Geräts, tun wir dies wie im Praxis-Alltag“, erläutert Geiß. „So verwenden wir nicht etwa leere Umschläge, sondern Hüllen mit Inhalt und in verschiedenen Formaten, womöglich mit Klammer im inneren, weil das genau die Gegebenheiten sind, mit denen Anwender täglich konfrontiert werden. Praktisch: Der Kunde hat die Möglichkeit, für eine oder zwei Wochen ein Gerät kostenfrei zu testen – lediglich das Porto muss er entrichten. „Acht von Zehn Teststellungen führen zu einem Verkauf“, berichtet Geiß. „Das Wichtigste ist allerdings, dem Kunden gegenüber ehrlich zu bleiben und ihm die Möglichkeit einzuräumen, vom Kauf abzusehen. Das heißt, nach Ablauf der Testfrist ausdrücklich fra-

gen, ob er die Maschine erwerben möchte. Nach dem Motto verfahren: „Wer nichts sagt, ist einverstanden“ und einem unwilligen Kunden, der es aber versäumt hat, eine Maschine zurück zu schicken, eine Rechnung zu präsentieren, zählt zu den höchst fragwürdigen Praktiken.“

Und wenn ein Gerät ausfällt? Dann heißt es, schnell reagieren, am besten sofort, spätestens jedoch am nächsten Tag. Und falls die Dysfunktion der Maschine sich nicht direkt beheben lässt, dann muss ein Leihgerät her. „Dies ist Bestandteil jedes Vertrags“, sagt Geiß. „Überhaupt ist dieser bestmögliche Service unser Alleinstellungsmerkmal.“

Dazu gehört auch gut ausgebildetes Personal. „Aus diesem Grunde bilden wir selber aus. Bereits acht Prozent unserer Belegschaft in Deutschland besteht aus Auszubildenden. Zudem kooperieren wir mit Berufskollegen und unterstützen Jugendliche, die keine Lehrstelle gefunden haben, ihren Abschluss aber verbessern wollen“, schildert Geiß. „Dies erlaubt uns unsere stabile wirtschaftliche Situation. Denn mit einer sehr hohen Eigenfinanzierung sind die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter auf jeden Fall gesichert.“ Und nicht nur das: Vor allem bedeutet eine solide Wirtschaftslage des Unternehmens Investitionssicherheit für die Kunden. In Zeiten fortschreitender Rezession sollte dies neben dem Service ein ausschlaggebendes Argument sein.

Graziella Mimic ■



DEUTSCHE FRAMA-NIEDERLASSUNG IN RATINGEN: Die Gruppe ist nicht nur in Belgien, Deutschland, England, Frankreich, Niederlande, Österreich, Schweden und der Schweiz, wo Frama alle Produkte entwickelt und produziert, sondern auch in Südafrika präsent.