



Detlef Kubusch
Leiter Oracle CRM Community

Liebe Leserinnen und Leser,

das Titelbild dieser Ausgabe zeigt eine Szene aus dem Mittelalter, deren Symbolwert auch in der heutigen Zeit noch Geltung hat: Der erfolgreiche Handel. Ich war schon immer sehr von der Hanse fasziniert, die zwischen dem 12. und 17. Jahrhundert den Handel zunächst im Norden Europas und später auf dem ganzen Kontinent dominierte. Das erfolgreiche Geschäftsmodell bestand darin, Waren zwischen den unterschiedlichen Regionen auszutauschen. Es hat funktioniert, weil sowohl Käufer als auch Verkäufer davon profitiert haben.

In dieser Beziehung können heutige Unternehmen immer noch von der Hanse lernen. Zu Beginn einer Geschäftsanbahnung ging es in erster Linie darum, gute Beziehungen zu potenziellen Kunden aufzubauen, heute sagt man „Networking“ dazu. Dieser Kunde ist besonders in jener Phase als Partner zu begreifen und auf Augenhöhe zu behandeln. Schließlich gilt es, dessen Bedürfnisse zu bedienen, was schlussendlich wiederum den eigenen Zielen zugute kommt.

Im Gegensatz zu damals kommt heute im Zuge moderner Kommunikationsmöglichkeiten der Dimension Zeit eine ganz andere Bedeutung zu. Negative Bewertungen in den sozialen Medien können in kürzester Zeit eine Firma in ernsthafte Schwierigkeiten bringen (sogenannte „shit storms“), positive hingegen einen Nachfrage-Boom auslösen. So gilt heute wie damals die Regel „Jeder Kunde ist ein potenzieller Empfehler“. In diesem Sinne muss man nicht nur seine Kunden kennen, sondern auch von ihnen lernen. Vertrauen ist nach wie vor die Basis eines guten Handels.

Erfolgreiches Customer Experience Management bedeutet also, Kunden emotional und langfristig an das Unternehmen zu binden, quasi Fans aus ihnen zu machen. Insofern wünsche ich Ihnen viel Erfolg beim Kennenlernen Ihrer Kunden.

Herzlichst, Ihr

HAYS Recruiting experts
in Information Technology

**EXPERTEN
RICHTIG GUT FINDEN**

Und richtig gut ist immer der IT-Experte,
der richtig gut zu Ihnen passt.

hays.de/it

