

Medienmitteilung

Zürich, 8. Februar 2010

3. BDO-Studie zu Kleinunternehmen

Der Erfolg liegt beim Kunden

Der Kunde und sein Nutzen stehen im Mittelpunkt. In ihrer 3. Studie zu den Kleinunternehmen der Schweiz haben BDO AG und das Institut für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St.Gallen untersucht, wie Unternehmer die Bedürfnisse ihrer Kunden erkennen und sich so ohne grossen Marketingaufwand am Markt behaupten.

Kunden lassen sich oft von Anfang an für eine Firma begeistern und bleiben ihr dann sehr lange treu. Woran liegt das? Wie können Unternehmer diese Begeisterung schaffen? Die drei Autoren, Prof. Urs Füglistaller und Alexander Fust vom Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St.Gallen sowie Markus Helbling, Partner und Leiter des Produktbereichs Treuhand bei BDO, legen den Fokus auf das in St.Gallen entwickelte Modell der Dienstleistungscompetenz. Darunter ist die Fähigkeit zu verstehen, Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und zu erfüllen.

Begeisterung für den Kunden

Unternehmer verwenden verschiedene Ansätze, um die Bedürfnisse ihrer Kunden zu erkennen. Das Ziel ist stets, Vertrauen zu gewinnen. Man nimmt sich Zeit für die Kunden und zeigt ihnen damit, dass sie ernst genommen werden. Respekt, Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit und Glaubwürdigkeit sind oft genannte Attribute, welche die Unternehmer als wichtig erachten für den Umgang mit ihren Kunden. Und: Es braucht die Begeisterung, für den Kunden tätig zu sein. Damit soll das Vertrauen in die Fähigkeit des Unternehmens gefördert werden, die erwartete Leistung wunschgemäss erfüllen zu können.

Die relevanten Bedürfnisse erkennen

Wie erfahren Unternehmen, welche Produkte und Dienstleistungen den Bedürfnissen potenzieller Kunden entsprechen? Nicht immer weiss der Kunde selber genau, welches Produkt oder welche Dienstleistung seinen Bedürfnissen am besten entspricht. Aber auch dann, wenn präzise Vorstellungen bestehen, werden diese gezielt hinterfragt. Wichtig ist für die Unternehmer, dass sie aufmerksam zuhören, um aus den Angaben ihrer Kunden die relevanten Bedürfnisse herauszufiltern. Oft wird der Kunde sogar in seinem Umfeld besucht, damit sich der Unternehmer ein umfassenderes Bild von seinen Bedürfnissen machen kann.

Innovationen durch den Kunden

Die starke Kundenorientierung bringt es mit sich, dass Innovationen vermehrt durch den Kunden selber angestossen werden. Die Unternehmer fragen gezielt ihre Kunden oder Lieferanten nach Verbesserungen oder sie werden direkt von den Kunden an sie herangetragen. Oft geschieht dies jedoch zufällig oder im Gespräch. Hinzu kommt die Beobachtung des Marktes, der Konkurrenten, aber auch branchenfremder Entwicklungen und gesellschaftlicher Trends.

Insgesamt zeigt die Studie verschiedene konkrete Ansätze aus unterschiedlichen Branchen, wie Unternehmer die Dienstleistungscompetenz leben. Ein Fragekatalog soll es dem Leser ermöglichen, das für sein Unternehmen beste Vorgehen selber herauszufinden.

Die Studie

Die Studie «Dienstleistungskompetenz in Kleinunternehmen. Wie Unternehmer die Bedürfnisse ihrer Kunden erkennen» ist Teil der Reihe «Klein und fein - Kleinunternehmen in der Schweiz», mit der BDO die Entwicklungschancen der Kleinunternehmen durchleuchten will. Erschienen sind bereits die Strukturanalyse «Kleinunternehmen - dominant und unscheinbar zugleich» (2006) und «Administrative Belastung von Kleinunternehmen. Analyse, Herausforderungen und Chancen» (2007).

Mit 32 Niederlassungen und mehr als 800 Vollzeitstellen ist BDO AG, mit Hauptsitz in Zürich, erste Adresse in der Schweiz für mittelgrosse und kleine Unternehmen, öffentliche Verwaltungen und Non-Profit-Organisationen. Sie bietet Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Financial Services, Treuhand, Unternehmensberatung, Informatik, Steuer- und Rechtsberatung sowie Immobilien an.

Für weitere Informationen:

BDO AG
Direktion Schweiz | Medienstelle
Biberiststrasse 16 | 4501 Solothurn
Telefon: 032 624 66 99 | Telefax: 032 624 62 26
media@bdo.ch