

Prof. Dr. Guido Quelle



# Go the extra mile

Begeisterte statt zufriedene Kunden



## Profil

### Prof. Dr. Guido Quelle

Prof. Dr. Guido Quelle, „der Wachstumstreiber“, ist als einer der wenigen Managementberater weltweit als Unternehmer, Berater, Autor und Redner seit über 20 Jahren Experte für profitables Wachstum. Mit seinem Unternehmen, der Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, hat er mehr als 100 Unternehmen und Organisationen in über 300 Projekten dabei unterstützt, den Erfolg zu steigern und Wachstum voranzutreiben. Allein in den von ihm persönlich betreuten Projekten waren bislang über 5.000 Menschen beteiligt. Seine Klienten sind aktive Vorstände, Unternehmer und Geschäftsführer, die keine Mühe scheuen, konsequent und gezielt für nachhaltiges, profitables Wachstum zu sorgen und bereits heute den Schritt für morgen zu tun.

Als Autor und Co-Autor hat Prof. Quelle mehr als 90 Fachartikel, sechs teilweise europäische Studien, zwei Hochschul-Studienbriefe und fünf Bücher verfasst und herausgegeben. Im November 2009 erschien „Plan Lead Grow – Systematic Approaches to Success“ in englischer Sprache. Zusammen mit den Ruhr Nachrichten hat er die Interviewreihe „Auf den Punkt“ ins Leben gerufen, in der er als Moderator zwei Kontrahenten zu einem wirtschaftlich relevanten Thema gegeneinander antreten ließ. Eine Vielzahl an Interviews mit Prof. Quelle und zahlreiche Berichte über Mandat-Projekte und Mandat-Studien geben Aufschluss über die Resultate seiner Arbeit.

Prof. Quelle ist Diplom-Informatiker und promovierte an der Technischen Universität Dortmund über Marktsegmentstrategien in Handelsunternehmen zum Doktor der Ingenieurwissenschaften. Die SRH Hochschule für Logistik und Wirtschaft in Hamm berief Quelle im November 2011 zum Honorarprofessor. Quelle lehrt an der Hochschule bereits seit der Aufnahme des Lehrbetriebs im Jahr 2005 die Fächer Selbstmanagement und Personalführung.

Auch im Ehrenamt ist Quelle gefragter Ratgeber. Er ist Mitglied des Kuratoriums des Vereins zur Förderung der Wettbewerbswirtschaft, Mitglied des Beirates der Westfälischen Kaufmannsgilde, Mitglied des Ehrenrates des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater (BDU) sowie Handelsrichter am Landgericht Dortmund. Als Vorstandsmitglied und als Präsident hat Quelle die Geschi-

cke der Wirtschaftsjuvenen in Dortmund fünf Jahre lang entscheidend geprägt, wofür ihm im Jahr 2003 die goldene Juniorennadel der Wirtschaftsjuvenen Deutschland verliehen wurde. Unter seiner Führung wurde die Ausbildungsinitiative „JOBfit“ ins Leben gerufen, die noch heute Jahr für Jahr fast 3.000 jungen angehenden Auszubildenden Orientierung für ihre Zukunft gibt. Überdies ist Prof. Quelle Mitglied in zahlreichen Vereinen und Verbänden. Dazu zählen der Westfälische Industrieklub, die Familienunternehmer (ASU), die American German Chamber of Commerce und die German Speakers Association.

Im Jahr 2004 wurde Quelle der international anerkannte Titel „Certified Management Consultant“ verliehen, der mit hohen Standards einhergeht und im Namen des International Council of Management Consultants Institute (ICMCI) nur einem sehr geringen Prozentsatz aller internationalen Managementberater zuteil wird. 2008 wurde Quelle als erster Europäer in die „Million Dollar Consultant Hall of Fame“® berufen. Er ist überdies einziger Europäer im Million Dollar Club, einem internationalen Netzwerk besonders erfolgreicher Berater.

Prof. Quelles Beratungstätigkeit hat maßgeblich dazu beigetragen, dass die Andreae-Noris Zahn AG innerhalb eines Jahres sowohl den Deutschen als auch den Europäischen Logistikpreis erlangte, ein wesentlicher Meilenstein, auch für Mandat.

Seine Reisen, Vorträge, Studien und Beratungsmandate für nationale und multinationale Unternehmen führten Prof. Quelle in bisher 21 Länder. Er lebt zusammen mit seiner Frau und zwei Leonberger-Hunden in Dortmund.

#### Kontakt:

Prof. Dr. Guido Quelle  
Geschäftsführender Gesellschafter  
Mandat Managementberatung GmbH  
Emil-Figge-Straße 80  
D-44227 Dortmund  
Tel.: +49 231 97 42 – 390  
Fax: +49 231 97 42 – 389  
guido.quelle@mandat.de  
www.mandat.de

## Go the extra mile - Begeisterte statt zufriedene Kunden

Servicewüste? Kundenverdrossenheit? Preiskampf? Nicht überall. Es gibt sie noch, die Unternehmen, die ihre Kunden nicht an der Leine halten müssen, damit sie nicht weglaufen, sondern die ihre Kunden so begeistern, dass das Unternehmen fast zwangsläufig florieren muss.

Begeisterte Kunden müssen nicht bei einem bestimmten Unternehmen kaufen, tun dies aber trotzdem, sind weit weniger preissensibel und empfehlen ihre präferierte Marke aktiv weiter, manchmal sogar „missionierend“.

Die gute Nachricht ist, dass jedes Unternehmen diese Begeisterung für sich selbst oder seine Marken auslösen kann, ganz unabhängig davon, ob es sich um ein produzierendes Unternehmen, ein Handelsunternehmen oder ein Dienstleistungsunternehmen handelt. Die Prinzipien zum Transfer von „normalen“ zu zufriedenen und von zufriedenen zu begeisterten Kunden sind in vielen Branchen ähnlich.

Die schlechte Nachricht: Der Weg von zufriedenen zu begeisterten Kunden bedeutet Arbeit und es bedarf einer Unternehmensführung, die sich voll darauf konzentriert, das tatsächlich Beste für ihre Kunden zu realisieren und die sich nicht mit dem vermeintlich Besten zufrieden gibt. Der gezielte Umgang mit kreativer Unruhe ist eines der innen liegenden Merkmale von Unternehmen, die begeisterte Kunden haben.

Der Lohn für die Mühe? Eine Kundschaft, die sich als beste Referenz auszeichnet, ein Produktspektrum, das sich aus Feedback der Kundschaft laufend erneuert und Produkte, die sich nicht einem permanenten Preiskampf ausgesetzt sind. All dies zahlt dauerhaft auf profitables Wachstum ein.

Im einzelnen haben wir in unserer Beratungspraxis mit mehr als 100 nationalen und multinationalen Klientenunternehmen folgende sieben Dimensionen herausgearbeitet, in denen es sich entscheidet, ob Unternehmen und Marken Kunden begeistern oder nicht:

### 1: Unvergleichbarkeit

- o Welchen Weg nehmen Sie heraus aus der Masse?
- o Haben Sie den Mut, mögliche Kunden auszugrenzen?
- o Kundenclubs? Wenn dann richtig!

### 2: Preis

- o Wollen Sie Discount? Dann leben Sie Discount – oder lassen Sie die Finger davon.
- o Sie wollen den Preis senken? Dann zerstören Sie Wert.
- o Haben Sie im Blick, dass 33% abwärts 50% aufwärts sind?

### 3: Bedarf des Kunden

- o Es geht nicht darum, was der Kunde will, sondern was er braucht.
- o Was tun Sie, um die extra Meile zu gehen? Kennen Sie den Bedarf Ihrer Kunden wirklich?
- o Vorsicht bei Übererfüllung: Hohe Kosten, kein Dank.

### 4: Fokus auf Resultate

- o Ihre Kunden sind an Ihren Abläufen nicht interessiert – und brauchen dies auch nicht zu sein.
- o Gute Resultate bieten eine wunderbare Basis für eine stabile Geschäftsbeziehung – auch, wenn mal etwas schief läuft.
- o Was tun Sie dafür, dass Ihre Kunden nach dem Kauf besser dastehen, als vor dem Kauf?

### 5: Kompetenz und Präzision

- o Es gibt einen Unterschied zwischen dem, was war und dem was sein wird. Dieser Unterschied macht einen guten Verkäufer aus.
- o Geben Sie absolute Aussagen, vermeiden Sie relative.
- o Das billigste orale Verhütungsmittel gegen schlechte Geschäfte: „NEIN“.

### 6: Marketing und Vertrieb

- o Ohne den Vertrieb brauchen wir keine Administration.
- o Die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb entscheidet intern über den Markterfolg.
- o Streichen Sie alle unnützen Meetings.

### 7: Fokus und Disziplin

- o Das Dranbleiben entscheidet. Eintagsfliegen leben eben nur einen Tag.
- o Weniger ist mehr.
- o Der Unterschied zu Leistungssportlern, Schauspielern und Feuerwehrleuten? Sie üben mehr.

MANDAT  
MANAGEMENTBERATUNG GMBH  
EMIL-FIGGE-STRASSE 80  
D-44227 DORTMUND

PHONE +49 231 9742-390  
FAX +49 231 9742-389

E-MAIL [INFO@MANDAT.DE](mailto:INFO@MANDAT.DE)  
INTERNET [WWW.MANDAT.DE](http://WWW.MANDAT.DE)

GESCHÄFTSFÜHRER:  
HOLGER KAMPSHOFF  
PROF. DR. GUIDO QUELLE