

# Jeder hat die Kunden, die er verdient



Marcel Zischler

Provokativ? Schon, oder?! Trotzdem: Atmen Sie mal kurz durch und denken Sie einen Moment darüber nach ...

Was ist dabei rausgekommen? Denken Sie auch mal darüber nach, was Sie tun müssten, um alle Ihre Kunden so zu verärgern, damit Sie sie ganz sicher loswerden. Und jetzt wandeln Sie alle diese „Kunden-los-werde-Maßnahmen“ um in „Kunden-glücklich-mach-Maßnahmen“. Das nennt man übrigens „Kopfstand-Methode“. Ja etwas „Grübeln“ muss halt schon mal sein, um die Chancen für eine Weiterentwicklung zu entdecken.

Schauen wir zurück ins DOZ-Heft 05-2012. Da hat Elke Dobisch die Allensbach-Studie zur KL-Drop-Out-Situation in Deutschland vorgestellt. Haben Sie's gelesen? Wenn nein, dann unbedingt nachholen, sich hinsetzen und sich überlegen, was in diesem Land falsch läuft! Wir verlieren KL-Träger in großem Maße. Vor allem innerhalb des ersten KL-Jahres. Hallo? Was ist los?! Mögen Sie Ihre Kunden nicht mehr? Nein, daran liegt es natürlich nicht. Doch ganz ehrlich, es ist schon etwas frustrierend, was bei dieser Studie rauskam. Frau Prof. Anna Nagl von der HTW Aalen hat 2010 ähnliche Fakten präsentiert. Nun, was gibt es zu tun? Was können Sie besser, anders machen? Wir haben drei Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt, wie Sie mit dem Thema Drop-Out umgehen, respektive was sie tun, um viele zufriedene KL-Kunden zu verdienen.

Ein adäquates Mittel, um seine Kunden nachhaltig zu betreuen, ist ein gut funktionierendes KL-Abo. Wir haben in den letzten drei DOZ-Ausgaben eine Übersicht der bestehenden Systeme/Angebote veröffentlicht. Nun geht es darum zu erfahren, wie diese Systeme in der Praxis funktionieren, sprich wie erfolgreich die Anwender damit unterwegs sind. Lesen Sie dazu in dieser Ausgabe erste Erfahrungsberichte. Weiter finden Sie in dieser Ausgabe Interessantes zum Thema Geräte-Infrastruktur, einem wichtigen Erfolgsfaktor eines modernen Augenoptik-Betriebes und einige wertvolle Tipps diesbezüglich. Fachlich, oder besser gesagt juristisch, setzen wir uns mit Fluoreszin auseinander. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen haben sich verändert und darüber lohnt es sich Bescheid zu wissen.

Ich möchte an dieser Stelle schon Mal ein erstes „Merci“ aussprechen. Die ersten, zahlreichen Reaktionen auf meine neue Rolle bei der DOZ sind durchweg positiv. Das erhaltene Feedback stimmt mich optimistisch, dass der „neue Wind“ in die richtige Richtung bläst. Bitte weiter so – Feedback ist wichtig! Nur so kann man sich weiter entwickeln und auf Vorwärts-Kurs segeln. Ich wünsche mir von Ihnen eine aktive und konstruktive „Feedback-Kultur“. Ihre motivierten Mitarbeiter, tollen Arbeitskollegen und wertschätzenden Chefs wünschen sich das von Ihnen übrigens auch ...

Sonniger Frühsommer-Gruß aus Luzern