

Der MacKay 66

KUNDENPROFIL

Es ist entscheidend, dass Sie Informationen über Ihre Kunden haben. Ausgerüstet mit dem richtigen Wissen können Sie Ihre Wettbewerber bei Vertrieb, Verwaltung, Motivation und Verhandlungen überflügeln. Ihre Kunden zu kennen heißt zu wissen, was Ihr Kunde wirklich will. Vielleicht ist es Ihr Produkt, doch vielleicht ist es auch etwas anderes. Vielleicht will er/sie Anerkennung, Respekt, Verlässlichkeit, Service, Freundschaft und Hilfe. Diese Dinge sind uns als Menschen wichtiger als Produkte. Wenn Sie Ihre Persönlichkeit mit dem Angebot verknüpfen, beginnen die Menschen, auf die Persönlichkeit zu reagieren und nicht auf das Angebot.

Verwenden Sie diesen Fragebogen, um ein Profil jedes Kunden zu erstellen. Einige Ihrer Informationsquellen können Empfangsmitarbeiter, Zulieferer, Zeitungen, Assistenten, Fachzeitschriften und die Kunden selbst sein. Halten Sie Augen und Ohren offen und lernen Sie so viel wie möglich über die Kunden, sowohl beruflich wie privat. So finden Sie Themen für die Gesprächseröffnung, die Ihnen und Ihrem Unternehmen Türen öffnen können.

Kategorien

Kunde/Kundin	2
Ausbildung	2
Familie	3
Beruflicher Hintergrund	4
Besondere Interessen	5
Lebensstil	6
Der Kunde, die Kundin und Sie	7

Fragebogen – MacKay Kundenprofil

Datum:

Kunde/Kundin

1. Name Spitzname

2. Firmenname

Firmenanschrift

3. Heimatanschrift

4. Telefon geschäftlich

Telefon mobil

5. Geburtstag, Ort

Heimatstadt

6. Größe (ca.)

Gewicht

Ausbildung

7. Schule

Abschlussjahr

Hochschule

Abschlussjahr

8. Auszeichnungen

Abschlüsse

9. Studentenverbindung

Sport

10. Veranstaltungen außerhalb des Lehrplans

Telefon mobil

11. Falls Kunde/Kundin keine Hochschule besucht hat, ist das ein wunder Punkt?

JA NEIN

12. Militärdienst

Dienstgrad bei Entlassung

Einstellung zum Militärdienst

Familie

13. Name des Ehepartners Beruf

14. Ausbildung des Ehepartners

15. Interessen des Ehepartners

16. Hochzeitstag

17. Kinder, ggf. Namen/Alter

18. Ausbildung der Kinder

19. Interessen der Kinder (Hobbys, Probleme etc.)

Beruflicher Hintergrund

20. Vorherige Anstellung (letzte zuerst), Firma

Firma	Ort
Von ... bis	Stellung
Firma	Ort
Von ... bis	Stellung

21. Vorherige Stellung bei derzeitiger Firma

Stellung	Von ... bis
Stellung	Von ... bis

22. Statussymbole im Büro

23. Öffentliche Ämter oder Auszeichnungen

24. Fachgebiet / Beruf

25. Welche Geschäftsbeziehungen hat er/sie mit anderen in unserem Unternehmen?

26. Wer sind sie?

27. Sind die Beziehungen gut? Warum?

28. Welche anderen Personen in unserem Unternehmen kennt der Kunde/die Kundin?

29. Art der Verbindung Art der Beziehung

30. Was ist Ihrer Meinung nach sein/ihr langfristiges Geschäftsziel?

31. Was ist Ihrer Meinung nach sein/ihr kurzfristiges Geschäftsziel?

32. Was ist Ihrer Meinung nach sein/ihr derzeit größtes Anliegen das Wohlergehen des Unternehmens oder sein/ihr persönliches Wohlergehen?

33. Denkt der Kunde/die Kundin an die Gegenwart oder an die Zukunft?

Besondere Interessen

34. Vereine, Berufsvereinigungen

35. Politisch aktiv? Partei Wichtig für den Kunden

36. Aktiv in der Gemeinde/sozial engagiert? Wie?

37. Religion Aktiv

38. Streng vertrauliche/sensible Themen, über die NICHT mit dem Kunden/ der Kundin gesprochen werden sollte (Scheidung, Mitglied bei AA etc.)

39. Welche Themen (neben den geschäftlichen) sind dem Kunden/ der Kundin wichtig?

Lebensstil

40. Krankengeschichte (derzeitiger Gesundheitszustand)

41. Trinkt der Kunde/die Kundin (Alkohol)?

Wenn ja, was und wie viel?

42. Wenn nein, stört es den Kunden/die Kundin, wenn andere (Alkohol) trinken?

43. Raucht der Kunde/die Kundin?

Wenn nein, stört es ihn/sie, wenn andere rauchen?

44. Lieblingsplätze/-restaurants für das Mittagessen

Abendessen

45. Lieblingsgerichte auf der Speisekarte

46. Akzeptiert der Kunde eine Einladung zum Essen?

47. Hobbys und Freizeitaktivitäten

48. Urlaubsgewohnheiten

49. Schaut der Kunde/die Kundin sich gern Sportveranstaltungen an?

Sportarten / Teams

50. Welche Art von Auto(s)

51. Interessante Gesprächsthemen

52. Wen scheint der Kunde/die Kundin beeindrucken zu wollen?

53. Wie möchte er/sie von diesen Menschen gesehen werden?

54. Welche Adjektive würden Sie verwenden, um den Kunden/die Kundin zu charakterisieren?

55. Auf welche Leistung ist er/sie besonders stolz?

56. Was ist Ihrer Meinung nach das langfristige persönliche Ziel des Kunden/der Kundin?

57. Was ist Ihrer Meinung nach das kurzfristige persönliche Ziel des Kunden/der Kundin?

Der Kunde, die Kundin und Sie

58. Welche moralischen oder ethischen Überlegungen spielen eine Rolle, wenn Sie mit diesem Kunden/dieser Kundin arbeiten?

59. Fühlt sich der Kunde/die Kundin Ihnen, Ihrem Unternehmen oder dem Wettbewerb in irgendeiner Weise verpflichtet?

Wenn ja, in welcher Weise?

60. Erfordert der Vorschlag, den Sie unterbreiten wollen, dass der Kunde/die Kundin eine Gewohnheit ändert oder etwas tut, was er/sie normalerweise nicht täte?_

61. Geht es ihm/ihr hauptsächlich um die Meinung anderer?

62. Ist er/sie sehr egozentrisch?

Sehr ethisch?

63. Was sind die Kernprobleme aus der Sicht des Kunden/der Kundin?

64. Welche Prioritäten haben die Vorgesetzten des Kunden/der Kundin?

65. Können Sie bei diesen Problemen helfen?

Wie?

66. Hat Ihr Wettbewerber auf diese Fragen bessere Antworten als Sie?
