

Ist der Kunde wirklich König?

«Unsere Kunden stehen im Zentrum aller unserer Aktivitäten.» Solche und ähnliche wohlklingenden Worte finden sich auf vielen Anbieter-Websites. Aber wehe, Kunden nehmen dies allzu wörtlich und verhalten sich dementsprechend «königlich». Wie Kunden und Anbieter von Business-Software zu einer echten Win-win-Partnerschaft finden können.

DER AUTOR



Urs Prantl
Inhaber und
Geschäftsführer, KMU
Mentor

Nach wie vor sind viele Softwareprojekte geprägt durch die vermeintlich gegensätzlichen Interessen von Softwareanbietern und ihren Kunden. Wird von den Lieferanten im Vorfeld oft das Blaue vom Himmel versprochen, vor allem auf Websites und in Verkaufsbroschüren, so verhalten sich Kunden nicht selten übermässig selbstbewusst und tun so, als ob sie ganz genau wüssten, was ihre künftige Business-Software im Detail leisten müssen.

Gegensätzliche Wunschvorstellungen

Hinter dem Selbstvertrauen vieler Anwender von Business-Software steht meist nichts anderes als das Bedürfnis nach der totalen Sicherheit. Kunden wollen die (garantierte) Gewissheit, dass das Projekt erfolgreich wird. Unter Erfolg verstehen sie dreierlei: Einhaltung des Budgets, der Termine und – was am schwierigsten zu bewerkstelligen ist – der erwarteten Eigenschaften beziehungsweise des Nutzens. Da sie aber, entgegen ihrer eigenen Wahrnehmung, oftmals keine Ahnung von Business-Software und ihrer komplexen Implementierung haben, sind sie auf die Kompetenz und die Beratung der Spezialisten angewiesen. Im Idealfall wünschen sie sich sogar einen Softwareanbieter, der «erraten» kann, was sie für die Steuerung ihres Geschäfts im optimalen Fall brauchen.

Softwareanbieter ihrerseits reagieren auf das Selbstbewusstsein ihrer Kunden nicht selten reflexartig, indem sie so tun, als ob sie alles könnten. Nur ja nie «Nein» sagen, ist ihre Devise. Im Grunde wünschen sie sich aber partnerschaftliche Kunden, die aktiv an der Umsetzung der Projekte mitarbeiten, die Zeit, Engagement und sinnvolle Budgets investieren und die bereit sind, ihren Teil der Verantwortung zu übernehmen.



Egal wie komplex, nur ja nie «Nein» sagen. Bild: Shutterstock

Der gemeinsame Nenner

Auch wenn die Wunschvorstellungen von Anbietern und ihren Kunden vordergründig unterschiedlich erscheinen, an der Wurzel sind sie gleich. Beide wünschen sich ein erfolgreiches Projekt, beide wollen mit dem Ergebnis zufrieden, wenn nicht sogar stolz sein. Die gemeinsame Zufriedenheit hat dabei bloss im Ergebnis etwas mit dem Finanziellen zu tun. Langfristig betrachtet steht für den Kunden das Verhältnis vom erzielten Nutzen zur Investition und für den Anbieter die hohe Weiterempfehlungsbereitschaft seines Kunden im Vordergrund.

Weg zur Win-win-Partnerschaft

Es sind drei wesentliche Dinge, die Anbieter und Kunden von Business-Software tun müssen, um den «Röschtigraben» zwischen ihren vermeintlich gegensätzlichen Interessen überwinden zu können.

Die Basis einer langfristig erfolgreichen Zusammenarbeit ist erstens mit Sicherheit der bestmögliche Match zwischen den Kundenbedürfnissen und dem Anbieter- und Produktprofil. Der Kunde kennt zwar sein Business perfekt, andererseits muss er jedoch anerkennen, dass der Softwareanbieter der Spezialist für die IT-mässige Unterstützung von Geschäftsprozessen ist und in aller Regel durch seinen Blick von aussen blinde Flecken erkennt, die der Kunde gar nicht mehr sieht. Andererseits müssen die Anbieter von Business-Software lernen, dass sie ihre Produkte mit einem klaren Nutzenprofil für eine klar definierte Kundenzielgruppe versehen müssen und sich damit vom «wir können (und wissen) alles für alle» verabschieden. Zweitens braucht es das echte Interesse und das seriös erarbeitete Verständnis für die Interessenlage der anderen Partei. Mit welchen Problemen, mit welchen Engpässen und mit welchen Herausforderungen muss sich der Partner auseinandersetzen, um seinerseits erfolgreich im Markt bestehen zu können. So ganz nach dem Motto «nichts macht erfolgreicher, als andere erfolgreich zu machen» liegt hier der Schlüssel für eine langfristige und robuste Partnerschaft. Mit einer simplen «Kunde ist König»-Einstellung ist beiden Parteien nicht geholfen. Und drittens sind es die gegenseitige Offenheit und Transparenz, welche die Win-win-Partnerschaft zum Funktionieren bringen. Viel zu oft glauben wir, zu wissen, was die andere Partei will oder gar benötigt. Intensive Kommunikation ist damit einmal mehr eine notwendige Basis für ein gutes Gelingen.