

Begeisterung als Herzensangelegenheit!

Mahsa

Klaus Kobjoll Motivaction

Tu meec guldinshje
AZUBlere ...

Re W's

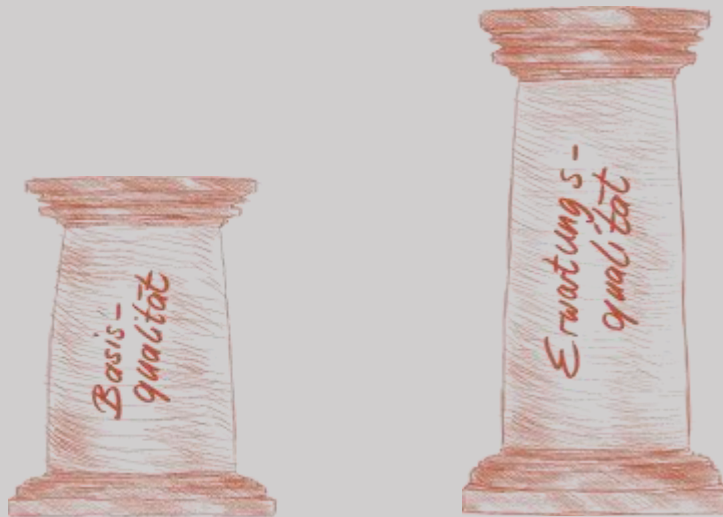
28. 4. 2005

Die vier Säulen der SERVICEQUALITÄT



Setzen Kunden
voraus

Die vier Säulen der SERVICEQUALITÄT



Setzen Kunden
voraus

Ausgelöst durch
Preis & Image

Die vier Säulen der SERVICEQUALITÄT



Setzen Kunden
voraus

Ausgelöst durch
Preis & Image

Womit Kunden
nicht rechnen

Die vier Säulen der SERVICEQUALITÄT



Setzen Kunden
voraus

Ausgelöst durch
Preis & Image

Womit Kunden
nicht rechnen

Resonanz

HOHE EMOTIONALE
BINDUNG

14 %

GERINGE EMOTIONALE
BINDUNG

69 %

KEINE EMOTIONALE
BINDUNG

17 %

STUFEN DER WERTSCHÄTZUNG



EMPATHIE



TOLERANZ



HÖFLICHKEIT



RESPEKT



AUFMERKSAMKEIT

WERTSCHÄTZUNGSHINDERNISSE

1. Fehlende Selbstwertschätzung
2. Schlechte Laune
3. Sympathiedefizit

Ideenblatt

Datum:						

für den Monat: _____

Folgendes ist mir aufgefallen:

Mein Lösungsvorschlag lautet:

Unterstützt diese Idee den Herzlichkeitsfaktor

Unterstützt diese Idee den Ökofaktor

Wenn wir die Veränderung durchführen erreichen wir:

- | | | | |
|--------------------------|--|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Eine Zeitersparnis | <input type="checkbox"/> | Eine höhere Kundenzufriedenheit |
| <input type="checkbox"/> | Eine Kosteneinsparung
von ca. € _____ im Zeitraum _____ | <input type="checkbox"/> | Höheres persönliches Wohlbefinden
Internetauftritt |

Meinem Vorschlage gebe ich folgende Priorität: A B C

Es entstehen Kosten von ca. € _____ Die Umsetzung erfolgt am: _____

Die Umsetzung erfolgt nicht, weil:

Diesen Monat hat mir besonders gut gefallen:

Diesen Monat hat mich folgendes gestört:

ONE TO ONE Marketing:

Mir ist aufgefallen, daß Herr/Frau _____
besonders gerne, bzw. besonderen Wert legt auf:

Name: _____ Leistungsbereich _____

Zum Verständnis des Whole Brain® Modells

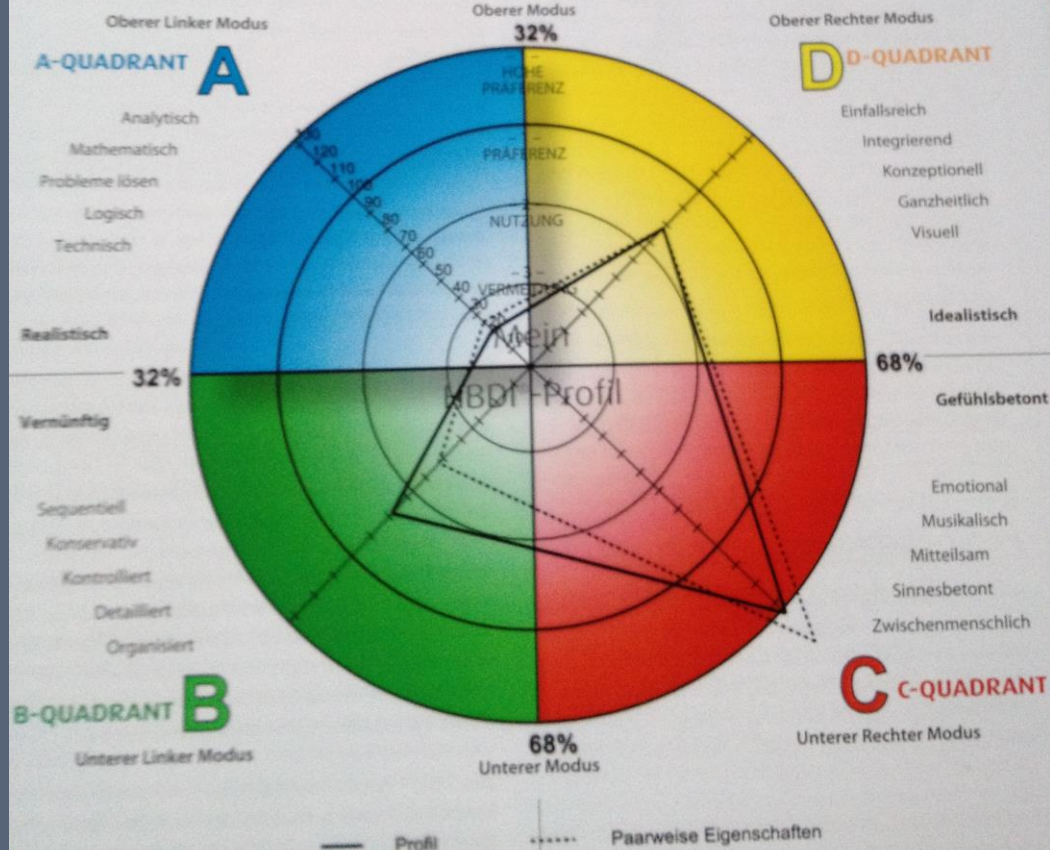
MAHSA AMOUDADASHI

Quadrant :	A	B	C	D
Profiltyp :	3	1	1	1
Paarweise Eigenschaften :	2	4	12	6
Profilwerte :	21	78	135	78

Entdecken Sie Ihren Denkstil:

Sie können Ihre transparente Profifolie auf diese Broschüre legen: Erkennen Sie sich in diesem Profil wieder? Oder: Wie sähen Sie sich selbst gerne? Im Allgemeinen ist das Selbstbild eines Menschen zutreffend und aufschlussreich: Es repräsentiert eine Sichtweise, die anderen nicht zugänglich ist. Unsere Erfahrungen zeigen, dass das Ausfüllen des

Fragebogens durch andere zu (etwas) anderen Ergebnissen führt, eben zum Fremdbild. Zwar mögen Sie Ihre Antworten gelegentlich in Richtung auf ein idealisiertes Ich geben, der Fragebogen ist jedoch so angelegt, dass dieser Effekt minimiert wird. Außerdem ist anzunehmen, dass Sie die Unsinnigkeit bewusst falscher Angaben selber erkennen.



*VIEL FREUDE AUF Ihrem WEG,
WÜNSCHT VON HERZEN*  *Mahsa*



mahsa_amoudadashi