



Jahresgespräche mit Kunden können sehr «herkömmlich» daherkommen oder sehr inspirierend. Was streben Sie an?

### Alle Jahre wieder

Für den Auf- und Ausbau von Kundenbeziehungen können Jahresgespräche eine wichtige Rolle übernehmen. Denn sie bringen - hoffentlich - ein Highlight in die Kundenbeziehung, weil ein besonderer Mehrwert geschaffen wird. Sei es durch einen besonderen Rück- und Ausblick, sei es durch gemeinsame Perspektivenwechsel oder weil einfach besonders viel Zeit für den Austausch zur Verfügung steht.

Achten Sie darauf, dass nicht zu viel «Alle Jahre wieder - Stimmung» aufkommt, selbst wenn Sie Ihre Ansprechpartner bereits gut kennen. Denn wenn etwas wie immer abläuft, also arg routiniert, fördert dies innovatives Denken nicht per se. Trauen Sie sich was – inspirieren Sie:

- Schlagen Sie einen neuen Ort vor oder nehmen Sie sich eine Portion Extra-Zeit, um vor Ort, beim Kunden, etwas Neues anzuschauen.
- Ein Bild sagt bekanntlich mehr als 1000 Worte: visualisieren Sie Entwicklungen, die für den Kunden positiv sind oder sein könnten, deshalb besonders gut. So stärken Sie die Wirkung Ihrer Vorschläge.

Und noch ein Hinweis: Überlegen Sie sich, wie Sie Ihr Jahresgespräch nennen. Gibt es vielleicht eine viel attraktivere Bezeichnung? Genau hierzu lade ich Sie ein, Ihre Gedanken mit anderen Weekly Empowerment Leserinnen und Lesern zu teilen. Hier geht's zum Blog – bitte notieren Sie, wie Ihr Jahresgespräch heisst. Oder warum es weiterhin Jahresgespräch heisst oder wieso Sie es durch ein anderes Format ersetzt haben. Wir sind sehr gespannt.

Fröhliche Grüsse aus Meggen!



Jörg Neumann