

Andreas Furgler

Andreas Furgler ist Sekretär des Fachverbandes Landtechnik und Leiter des Bildungszentrums der SMU in Aarberg.

Andreas Furgler est secrétaire de l'Association professionnelle technique agricole et directeur du Centre de formation de l'USM à Aarberg.

« Tout, maintenant et gratuitement ! »

N'avez-vous pas déjà eu le sentiment que les attentes de vos clients augmentent de jour en jour et que bien que vous fassiez tout ce qui est en votre pouvoir, vous avez néanmoins l'impression de ne pas avoir été à la hauteur de qu'ils attendaient de vous ? À cela s'ajoute le fait que certaines personnes donnent l'impression que leurs souhaits sont prioritaires et doivent être satisfaits sur-le-champ. Le fait qu'ils ne soient pas les seuls à avoir des besoins et qu'il y ait des personnes qui partagent les mêmes idées ne semble pas les intéresser.

Bien entendu, il va de soi que vous êtes là pour fournir des renseignements. Vous devez tout laisser en plan et vous consacrer immédiatement aux besoins de votre client, même si ce dernier est capable de trouver la solution tout seul en réfléchissant un peu ; pour finir, comme de bien entendu, vous dites : « Mais non, qu'allez-vous imaginer, je l'ai fait avec plaisir, non vraiment, ça ne vous coûte rien ! »

En fait, vous vouliez demander quelque chose mais irriter un client avec lequel vous venez de discuter pendant une demi-heure d'un point que vous avez déjà oublié est plus que vous ne pouvez en supporter.

La devise n'est pas : « A vos marques, prêts, partez ! » mais : « Tout, maintenant et gratuitement ! » Dans le monde des affaires, les gens cèdent souvent à cette pression ; et cela ne passe pas inaperçu au niveau des PME. En effet, nous ne disposons pas des ressources nécessaires pour répondre immédiatement à l'ensemble des besoins. La réalité nous force à faire le tri, et tous ceux qui en font l'objet se sentent lésés. Ce phénomène n'a pas seulement touché les clients dans l'agriculture : les clients et les membres d'associations axées sur les prestations de services agissent aussi en partie de la même façon.

Laissez-nous donc réfléchir à l'avenir, dans le cadre de la définition de nos attentes vis-à-vis de nos partenaires, au laps de temps nécessaire pour satisfaire réellement à nos « véritables » besoins.

Andreas Furgler



« Alles – sofort – kostenlos! »

Hatten Sie nicht auch schon das Gefühl, dass die Erwartungen Ihrer Kunden von Tag zu Tag steigen und Sie, obwohl Sie « alles geben », doch immer den Eindruck haben, nicht die Leistung erbracht zu haben, die von Ihnen erwartet wird? Erschwerend kommt dazu, dass es Menschen gibt, die einem das Gefühl vermitteln, ihre Anliegen seien die wichtigsten und müssten sofort befriedigt werden. Dass sie aber mit ihren Bedürfnissen nicht alleine sind, es noch « Gleichgesinnte » gibt, scheint sie nicht zu interessieren.

Natürlich ist es selbstverständlich, dass Sie Auskunft geben. Sie lassen alles stehen, widmen sich sofort dem Anliegen Ihres Kunden, auch wenn er mit ein wenig Nachdenken die Lösung selbst gefunden hätte und zum Schluss, wie könnte es anders sein, sagen Sie: « Nein, was denken Sie, das habe ich gerne gemacht – nein sicher, es kostet nichts! » Eigentlich wollten Sie ja etwas verlangen, doch einen Kunden verärgern, mit dem Sie gerade während einer halben Stunde über etwas diskutiert haben, das Sie schon wieder vergessen haben, ist ja dann doch schon fast eine Zumutung.

Das Motto lautet nicht: « Auf die Plätze – fertig – los », sondern: « Alles – sofort – kostenlos! » Diesem Druck wird in der Geschäftswelt oft nachgegeben; und das geht an den KMU's nicht spurlos vorbei. Denn wir haben nicht die notwendigen Ressourcen, um alle Bedürfnisse unverzüglich zu befriedigen. Die Realität zwingt uns zu einer Triage und jene, die dieser zum Opfer fallen, fühlen sich benachteiligt. Dieses Phänomen hat nicht nur die Kunden in der Landwirtschaft ergriffen, auch Kunden und Mitglieder dienstleistungsorientierter Verbände agieren teilweise ähnlich.

Lasst uns also in Zukunft bei der Definierung unserer Erwartungen an die Partner überlegen, in welcher Zeitspanne unsere « echten » Bedürfnisse tatsächlich zu befriedigen sind.

Andreas Furgler