



Gäste

nur wie?!

Begeisterte

**Mit welcher Maßnahme
haben Sie das letzte Mal
einen Gast völlig
begeistert?**





Gäste

Bürger

Patienten

Mandanten

...

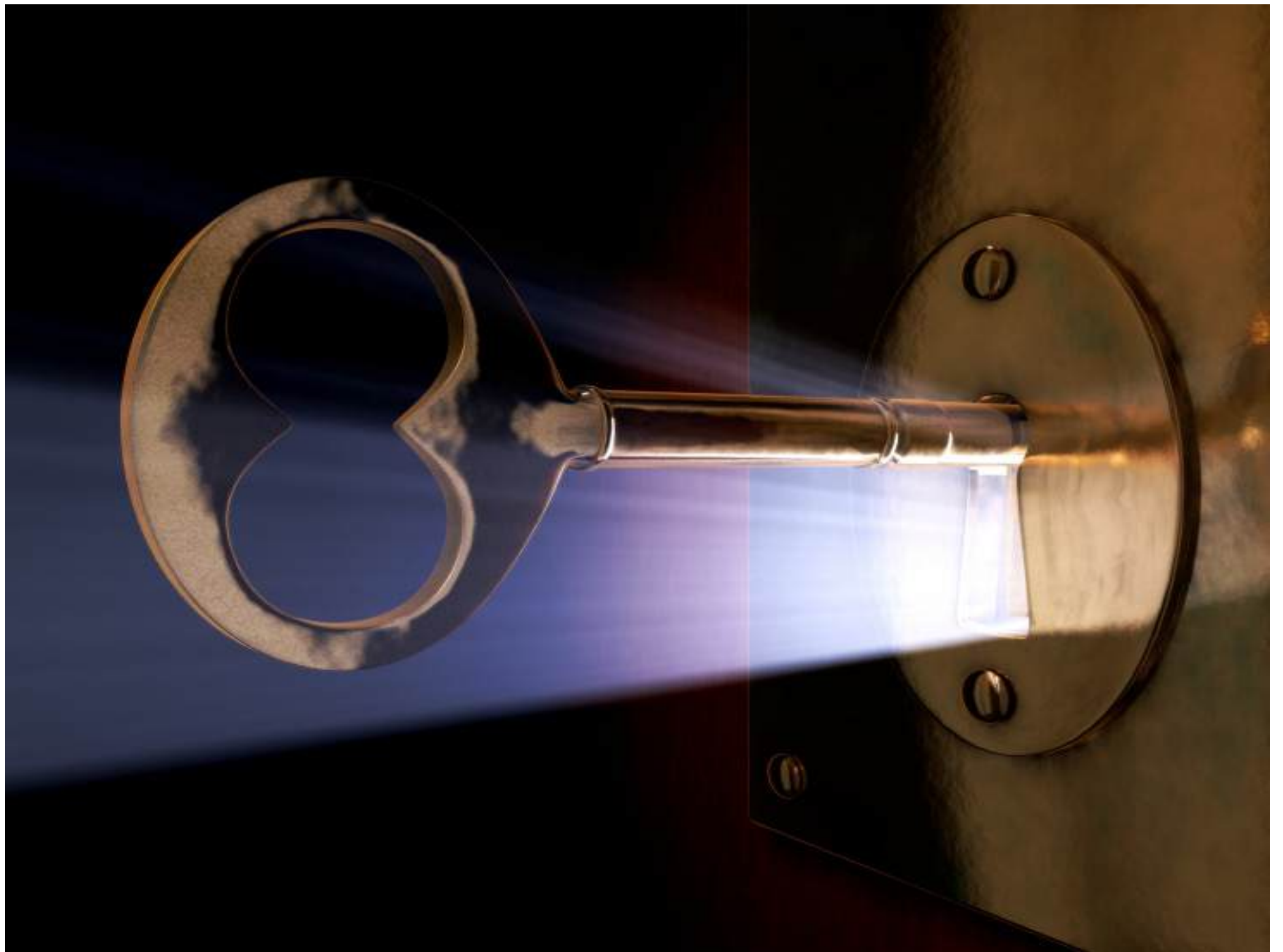
K

U

N

D

E





Was fehlt?

Genau!

Menschen!





„Für den
ersten Eindruck
gibt es keine
2. Chance!“



Ø 0,25 Sekunden



The image features two hands, one from the top right and one from the bottom left, reaching towards each other. Their index fingers are just inches apart, creating a sense of tension and connection. The background is a soft, warm gradient of light brown and beige. Overlaid on this image is white text in a clean, sans-serif font.

Kunden...

...-Kontakt-
punkte



F***!

Was darfs
den sein?

€€€€€€!

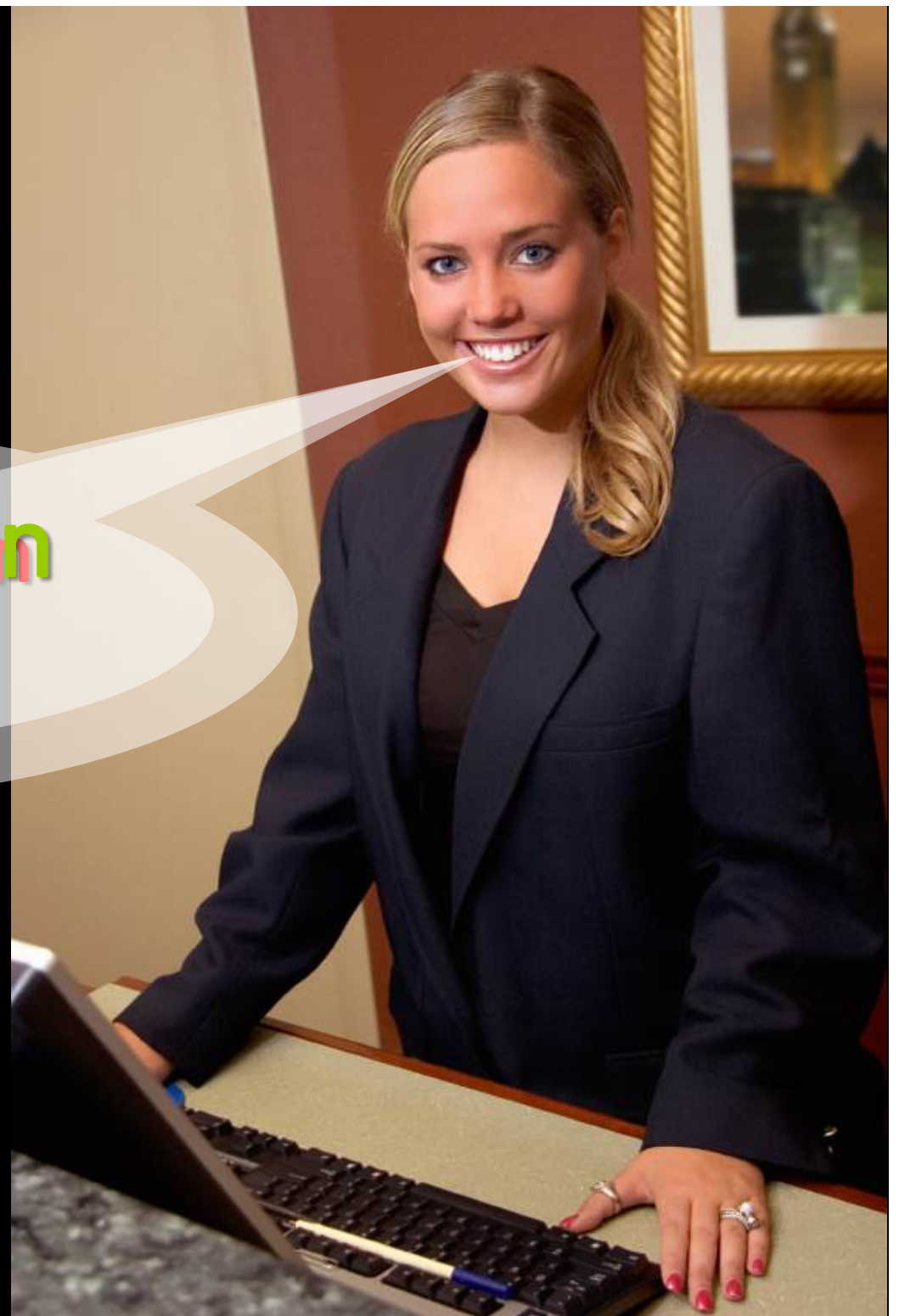
Ist alles
Recht?





Ihre Eintrittskarte
ins kleine Glück!

Was hat Ihnen
Kunden vor Ihnen
behilflich sein?
gefehlt?





„Der letzte
Eindruck
bleibt!“

A pair of hands is shown holding a small, realistic globe of the Earth. The globe is positioned in the center of the frame, showing the continents of Africa and Europe. The hands are cupped around the globe, with the fingers gently supporting it. The background is a lush, green field of grass, with some blades in sharp focus and others blurred, creating a sense of depth. The lighting is bright and natural, suggesting a sunny day. The overall image conveys a message of environmental care and global unity.


**Die Kundensicht ist
immer allumfassend!**

„Kunde 6.0“:

- Sucht seine „innere Heimat“ und „authentische individuelle Menschlichkeit (Kümmerer)“
- Ist bestens informiert und vernetzt
- Nutzt unsere Informationsdienste erst, wenn er und KI sie nirgends finden kann
- Möchte dann diese Informationen „hier und jetzt“
- Richtet sich nach Bewertungen, viralen Statements und „Vorbildern“
- Wird sich immer spontaner, illoyaler, bewertender, selbstbewusster und fordernder entwickeln
- Will einen individuelle Mehrwert und den in der Wertegemeinschaft teilen
- Definiert sich über den Sinn und wird bestenfalls „Mitglied“ einer Marke

Der Kunde 6.0 verändert sich minütlich durch:

- (Reise & Konsum-) Erfahrungen und „Nicht-Erfahrungen“
- Persönliches Umfeld
- Meinungen der Gemeinschaft
- Suche nach Sinnstiftung
- Empfehlungen
- Steigende Ansprüche
- Situative Anforderungen
- Finanzielle Rahmenbedingungen



➡ Das Individuum sieht sich im Mittelpunkt des Universums mit seinen Ansprüchen und Wünschen! Die individuelle Erlebnislösung ist das vordefinierte Ziel eines erfolgreichen Aufenthaltes in der „Destination“!


Akutes Konfliktpotential:

Kunden:

- deutlich erhöhtes Anspruchsdenken
- niederschwellige Aggressionsbereitschaft

Dienstleister:

- völlige Überlastung
- wesentlich serviceorientierter handeln
- aktuell hoher Krankenstand
- Personalnot



Limbisches System

Brainskripts



Kundenerwartungen

Qualität

Überraschungsqualität

Wunschqualität

Erwartungsqualität

Basisqualität

Erfolg



1 €

5.000 €



Helden-Geschichten





SASSO
RESTAURANT + BAR






Leffers



The image shows a theater stage with red curtains. A spotlight illuminates the text in the center. The foreground shows the backs of several rows of dark theater seats.

Serviceexzellenz?

Die Erfüllung bzw. „Übererfüllung“
von festgelegten oder
vorausgesetzten Erwartungen
der Kunden an die Serviceleistung!

Serviceexzellenz

Fachwissen



Motivation



Begeisterungsfähigkeit



**Serviceexzellenz ist
ein Weg, kein Ziel!**



Feinde der Serviceexzellenz

Hochmut

Neid

Habgier

Trägheit

Zorn



Serviceexzellenz ist
eine Haltung!



Empathie:

Mitgefühl

statt

Mitleid



Empathisches Verhalten

Fragen

Zuhören

Beobachten



A photograph of a dandelion seed head in the lower-left corner, with its green stem extending downwards. Numerous seeds with white, feathery parachutes are captured in mid-air, blowing away from the seed head towards the upper-right. The background is a solid, clear blue sky.

Empathisches Verhalten

Mitdenken

Schneller Sein

Weiterdenken



Und wie komme ich mit
dem Konfliktpotential klar?
Welchen Ausweg gibt es?

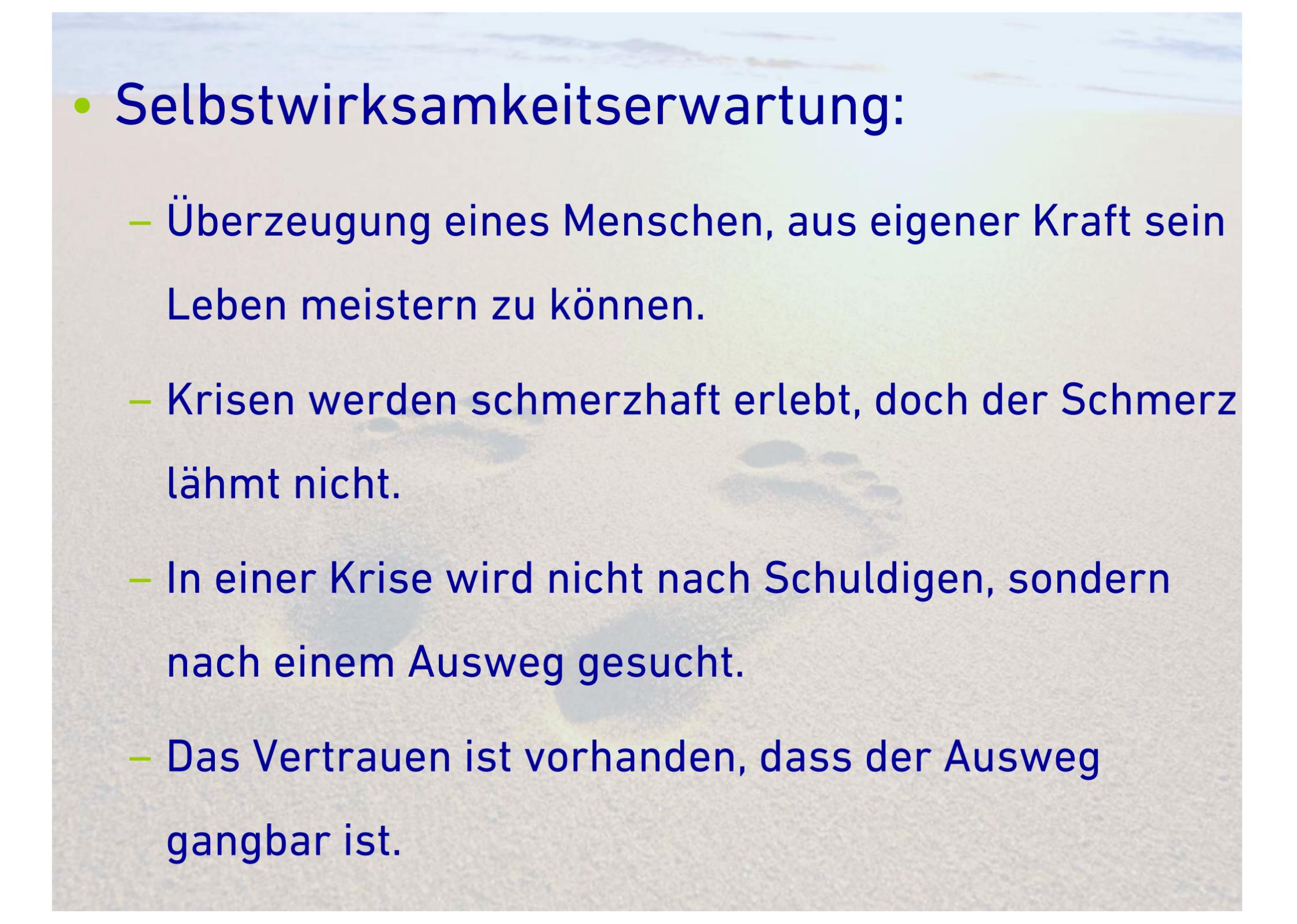
Resilienz

„Hornhaut auf der Seele“



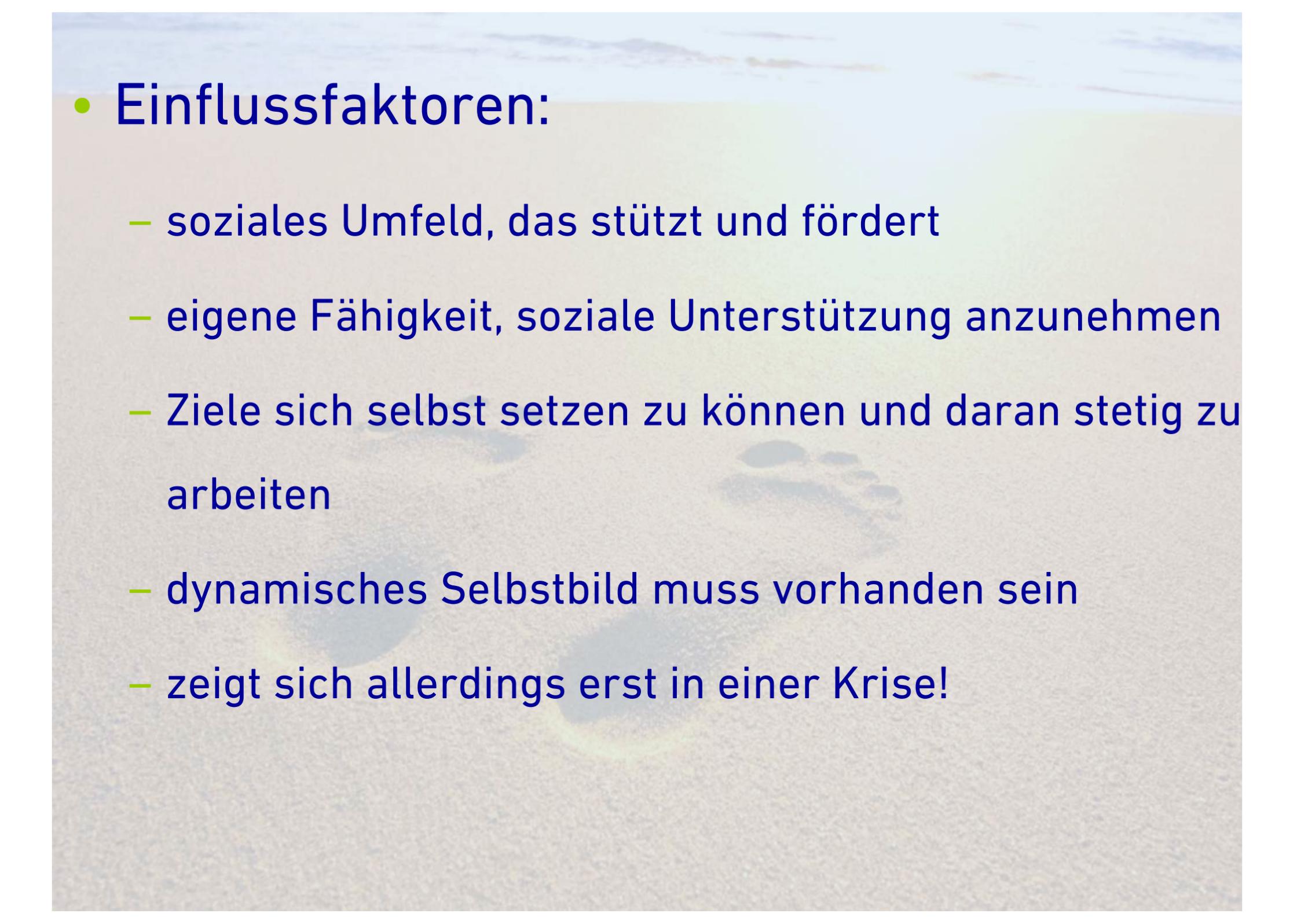
Resilienz - erbliche Faktoren:

- Intelligenz: Sie hilft, kreative Wege aus Krisen zu finden.
- Optimismus: Der schafft Vertrauen, dass sich alles zum Guten fügen wird.
- Extraversion: Diese Eigenschaft erleichtert es einem, auf Mitmenschen zuzugehen und soziale Bindungen zu knüpfen.



- Selbstwirksamkeitserwartung:

- Überzeugung eines Menschen, aus eigener Kraft sein Leben meistern zu können.
- Krisen werden schmerzhaft erlebt, doch der Schmerz lähmt nicht.
- In einer Krise wird nicht nach Schuldigen, sondern nach einem Ausweg gesucht.
- Das Vertrauen ist vorhanden, dass der Ausweg gangbar ist.



- Einflussfaktoren:

- soziales Umfeld, das stützt und fördert
- eigene Fähigkeit, soziale Unterstützung anzunehmen
- Ziele sich selbst setzen zu können und daran stetig zu arbeiten
- dynamisches Selbstbild muss vorhanden sein
- zeigt sich allerdings erst in einer Krise!

- Resilienz ist nicht:

- psychisch unverwundbar sein
- Probleme ignorieren zu können
- keine „schlechten“ Tage haben

- Resilienz ist:

- das alles zu erleben und dennoch nicht daran zu Grunde zu gehen
- In harten Zeiten nicht aufgeben, Krisen aushalten und überstehen, bei chronischem Stress gesund bleiben und immer wieder aufstehen.

Sieben Schlüssel der Resilienz:

- Akzeptanz: annehmen, was ist
- Positive innere Einstellung: darauf vertrauen, dass es besser wird
- Selbstwirksamkeit: von seinen Kompetenzen überzeugt sein und Einfluss nehmen
- Eigenverantwortung: für eigene Entscheidungen Verantwortung übernehmen, statt einen Schuldigen zu suchen
- Netzwerkorientierung: Kontakte pflegen und sich bei Herausforderungen Unterstützung holen
- Lösungsorientierung: die Dinge aktiv angehen und sich auf gut Funktionierendes konzentrieren
- Zukunftsorientierung: die Zukunft planen und auf Ziele hinarbeiten

Was ist mir wirklich
wichtig?





Warum mache
ich das?

Ich bin ein
**UNIKAT & ein
ORIGINAL!**



Ich bin der
Botschafter
unserer
Geschichte!





Jeder ist Teil
des Ganzen!


Werde

zum

(Alltags-) Helden!



Abheben & losfliegen (1):

A silhouette of a superhero figure with a cape, standing on a mountain peak with one arm raised in a 'V' for victory gesture. The background is a soft, warm gradient of yellow and orange, suggesting a sunrise or sunset.

Handel zunächst
empathisch
und voller
Serviceexzellenz!


Wetterlage empfangen (2):



Nimm die Reaktion
Deines Gegenübers
wertfrei wahr!

Flugroutenentscheid (3):

Entscheide, ob Du nun
weiter mitfühlend oder
mitleidend handelst!


A faint, stylized silhouette of a superhero figure stands on a hill, with one arm raised in a 'V' for victory or power. The background is a soft, warm gradient of yellow and orange, suggesting a sunrise or sunset. The superhero's cape is spread wide behind them.

Landeanflug (4):



Bringe Dich
sicher ins Ziel!

Landung (5):

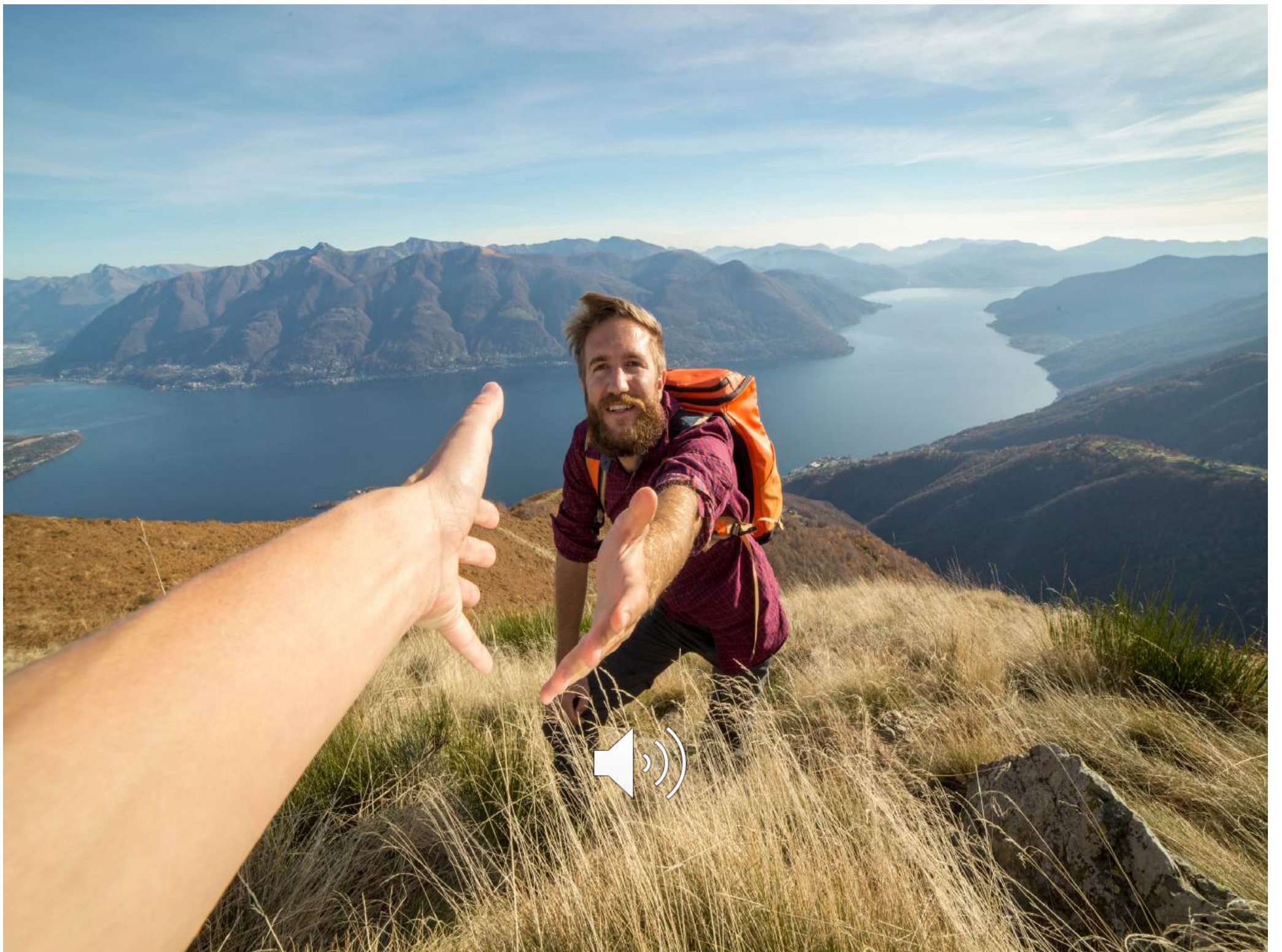


Sei stolz auf den
gelungenen Flug! Du hast
es verdient ein Held zu
sein!

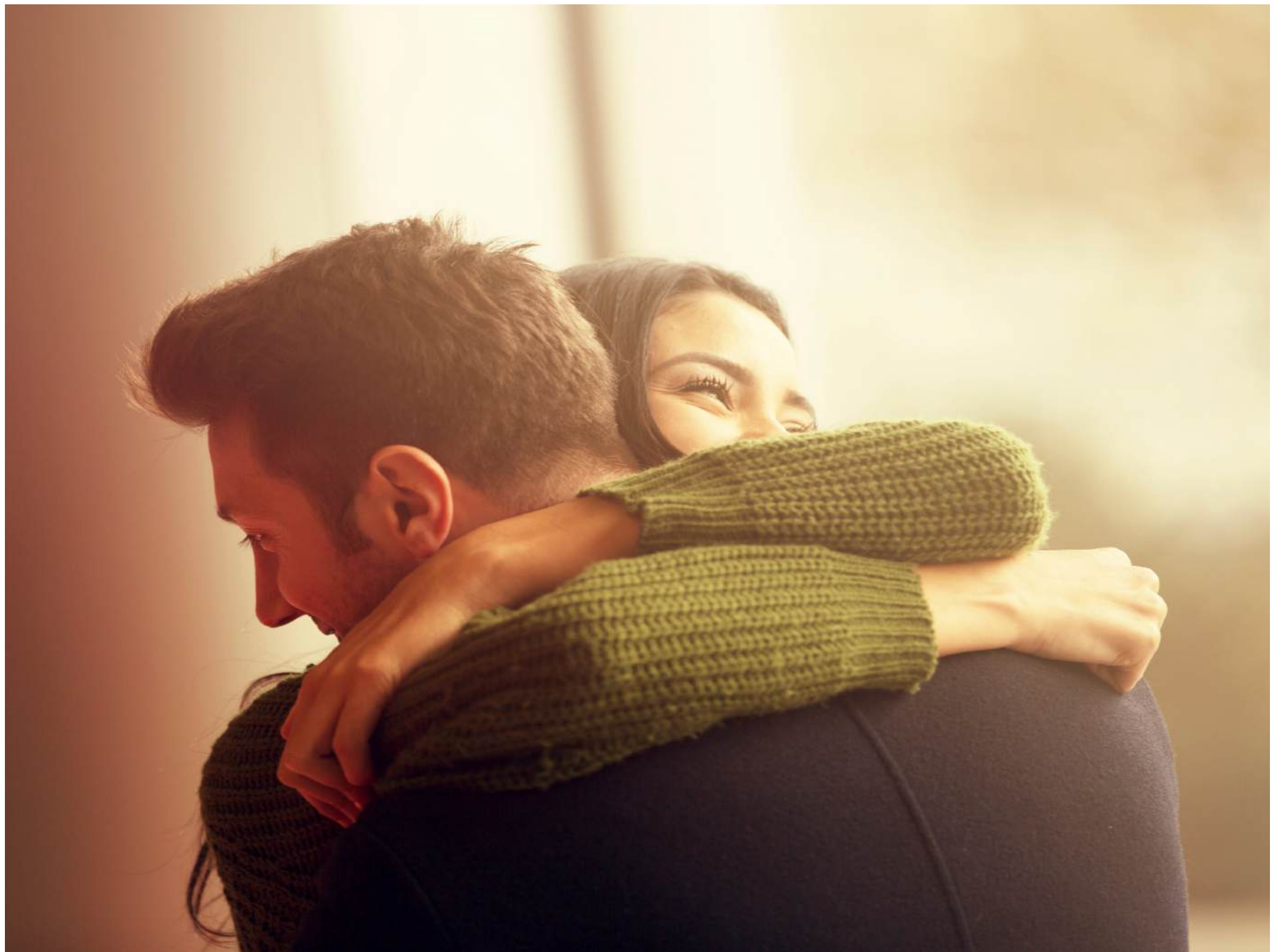
Auftanken (6):



Auf Dich
kann man
„zählen“!













*Zählt auf
Euch!*



**Danke
für
Eure
Begeisterung!**



OB@Ihr-Tourismusberater.de