



## KUNDENKOMMUNIKATION IN DER CUSTOMER EXPERIENCE

**Auch die Veterinärbranche unterliegt einem Wandel im Kundenanspruch:** Man kann sagen, dass die Digitalisierung und das Internet die Kundenerwartungen in der Tierarztpraxis verändert haben, da Kund:innen heute mehr Informationen, Flexibilität und Bequemlichkeit erwarten - und die Entwicklung wird weiter gehen.

Durch die Online-Präsenz und den freien Zugriff auf viele Informationen können Kund:innen Tierarztpraxen leicht vergleichen und sich gezielt für eine Praxis entscheiden. Außerdem stehen digitale Start-Ups, für die Vet-Branche in den Startlöchern, ebenso digitale Tierarztpraxen und diverse Weiterbildungsmöglichkeiten für Tierhalter:innen.

Es ist daher entscheidend, dass Tierarztpraxen an der Kundenbindung arbeiten, indem sie ein stimmiges Kundenerlebnis mit bewusster Kommunikation bieten, um Kund:innen langfristig zu binden und ihre Wettbewerbsfähigkeit in einer zunehmend digitalisierten Welt zu erhalten. Die Kommunikation im Kundenerlebnis findet dabei immer statt, sobald Kund:innen mit der Tierarztpraxis oder Tierklinik in Kontakt kommt.

Dies ist als Chance zu sehen für die Entwicklung der eigenen Praxis, sich hier klar zu positionieren, Wunschkund:innen ausfindig zu machen und für sich zu gewinnen.



## Take Home Messages

1

**Das Kundenerlebnis ist entscheidend:** Kundenkommunikation und Kundenerlebnis spielen eine entscheidende Rolle in Tierarztpraxen. Durch die Schaffung eines stimmigen Kundenerlebnisses können Tierarztpraxen die Kundenzufriedenheit und -bindung erhöhen. **Zufriedene Kund:innen empfehlen weiter, akzeptieren höhere Preise und nehmen zusätzliche Leistungen in Anspruch.** Was langfristige Erfolge und eine differenzierende Positionierung der eigenen Praxis ermöglicht.

2

**Die Perspektive der Kund:innen einnehmen: Die "Kundenbrille" aufzusetzen und die Bedürfnisse, Erwartungen und Sorgen der Kund:innen zu verstehen ist ein erste Schritt.** Durch die Untersuchung der verschiedenen Kontaktpunkte in der Tierarztpraxis und die Identifizierung möglicher Stellschrauben können dann Verbesserungen vorgenommen werden, um ein herausragendes Kundenerlebnis zu bieten.

3

**Positive Auswirkungen auf Mitarbeitende und das Unternehmen:** Eine gute Customer Experience hat nicht nur positive Auswirkungen auf die Kundenbindung, sondern auch auf Mitarbeitende und das Employer Branding. **Sie fördert Mitarbeiterbindung, Teamarbeit, Entwicklungsmöglichkeiten und eine positive Unternehmenskultur.** Zudem stärkt sie das Employer Branding, was sowohl die Mitarbeitergewinnung als auch das Image der Tierarztpraxis oder Tierklinik verbessert.

*Win-Win-Win!*

Bitte wenden!

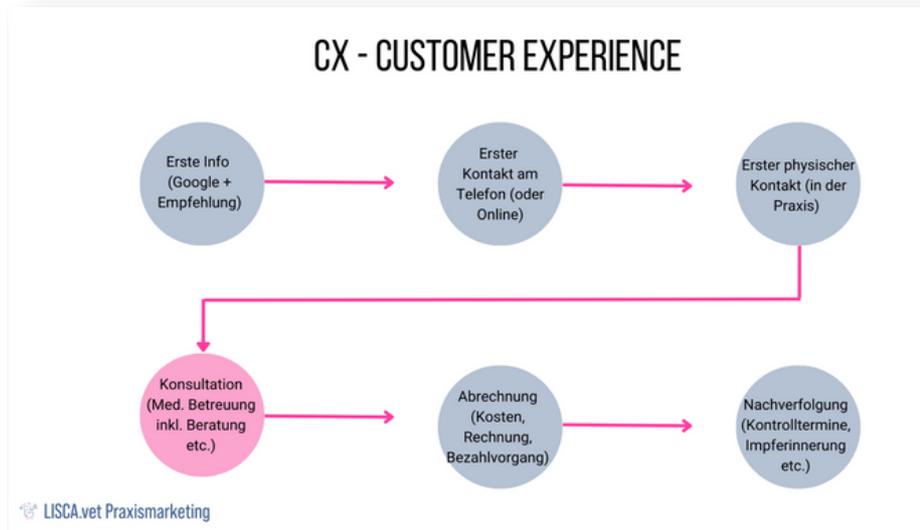




# Wann erleben Kund:innen unsere Praxis ?

Kund:innen haben verschiedene Kontaktpunkte mit der Tierarztpraxis, angefangen von der Recherche (online first) und Terminvereinbarung über den Empfang bis hin zur Behandlung und Nachsorge.

Beispiele für Kontaktpunkte im Rahmen einer möglichen Customer Experience (CX) in einer stationären Kleintierpraxis:



## Das kannst du tun

1. **Kundenbrille aufsetzen zur Selbstanalyse:** Fühlst du dich als Kund:in angesprochen? Würdest du selber gern Kund:in sein?
2. **Feedback einholen:** Was wünschen sich Kund:innen? Was fehlt?
3. **Ziele definieren:** Was soll sich bis wann verändern ? Was wäre das ideale Ergebnis?
4. **Maßnahmen bestimmen und umsetzen:** Welche Maßnahmen bringt dich zum Ziel?
5. **Evaluation** der Maßnahmen, ggf. Korrektur oder Neuausrichtung

## Tipps für deine Umsetzung

- **Stellschraube Kommunikationsskills und Freundlichkeit:**
  - Schulungen rollenspezifisch, um Kund:innen empathisch zu behandeln und ihre Fragen und Anliegen ernst zu nehmen.
- **Stellschraube Reduzierung von Wartezeiten:**
  - Kund:innen schätzen es, wenn ihre Zeit respektiert wird und sie nicht unnötig lange warten müssen.
  - Online-Terminvereinbarung kann Kunden den Prozess erleichtern und ihre Zufriedenheit erhöhen.
- **Stellschraube Onlineauftritt:**
  - **Webseite, Social Media Kanäle:** Professionell gestalten und aktiv nutzen, Information vollständig und kundenfreundlich, verständliche Ansprache, Fokus auf Kundennutzen, Vorteilskommunikation
  - **SEO:** Suchmaschinen Ranking, (Lokales) Netzwerk aufbauen
  - **Kontakt:** einfache Kontaktmöglichkeiten, Online-Terminvereinbarung
  - **Bewertungsportale** nutzen
  - **Digitale Angebote:** Telemedizin, Videosprechstunde, Onlinekurse, Podcasts
- **Stellschraube Nachverfolgung der Kundenkommunikation und -zufriedenheit.**
  - Umfragen machen, Rezensionen evaluieren

Mehr Input dazu  
monatlich kostenfrei im  
Newsletter:

