

Tidløs kundefastholdelse:

PERSONLIG SERVICE KAN IKKE UDKONKURRERES

Nogle ting går aldrig af mode: Da Annette Steenfath for 40 år siden var barn, var hun nu og da med sin far på arbejde. Som grossist besøgte han slagterforretninger og fastholdt dem via en indgående personlig interesse og en service, som ingen konkurrenter havde fundet på: Han fyldte deres hylder op med varer. Annette Steenfaths far definerede og efterkom et behov, som ingen andre havde opdaget, og kunderne elskede ham, fordi han hjalp dem med at forbedre deres kundeservice og forretningens udseende. Det er de samme principper, som Annette Steenfath benytter sig af i dag i Det lille ErhvervsRejsebureau, som efterhånden ikke er så lille endda! Bureauet runder 16 mio. i omsætning i 2007.

Annette Steenfath er DANA-ambassadør og medlem af DANAs repræsentantskab på Fyn. Hun blev selvstændig i en alder af 48, da hun blev fyret som chef for et rejsebureau i Odense. Ud over frihed og øget arbejdstilfredsstillelse har selvstændigheden også ført til øget velstand og livskvalitet. I dag er Annette Steenfath 51 år, og hun har aldrig haft det sjovere eller dejligere i sit liv. Hun er ikke mere tryk, end da hun var funktionær, men er blevet mere glad og tilfreds.

“At blive selvstændig er den bedste beslutning, jeg har taget i mit liv. Det er mig, der sidder i førersædet og tager hånd om mit eget liv, og det giver en voldsom frihed og tilfredsstillelse. Min verden er rensset for bureaukrati, og jeg kan føre mine ideer ud i verden. Kommandovejene er ikke korte – de eksisterer slet ikke!”

Selvstændighedsgenet fik Annette Steenfath ind med modermælken, og i studietiden var hun med til at igangsætte en af tidens mest markante fødevarer-succeser: Underground Ice Cream. Det var hårdt arbejde, men sjovt og udfordrende. Det er de samme værdier, som Annette Steenfath har genfundet efter mere end 20 års fastansættelser.

Elsk dine kunder

Kunderne hos Det lille ErhvervsRejsebureau har årlige rejsebudgetter på alt fra 50.000 til fire millioner kroner; men uanset budgettet skal den enkelte altid opleve at få en veloplagt førsteklases behandling. Den enkelte kunde må føle, at han er den vigtigste for firmaet. Samtalerne drejer sig naturligvis om at afdække, definere og efterkomme kundens behov, men der skal også være plads til at lytte til mere personlige spørgsmål og til at udvise omsorg.



“Man har kun én at takke, både når det går godt og mindre godt”, siger DANA-ambassadør Annette Steenfath. (Foto: Heidi Lundsgaard).

Et gammelt ordsprog siger, at man kan ikke tjene to herrer, og som sådan er Det lille ErhvervsRejsebureau 100 procent kundens repræsentant. Det sikrer et fokus, der tager udgangspunkt i kundens behov.

Personlig service kombineret med uvildighed er Annette Steenfaths recept på kundefastholdelse. Hun ved, at der ikke er plads til denne kombination hos de større konkurrenter, der både skal tjene penge på leverandør og kunde. Med andre ord kan hendes tilbud ikke udkonkurreres af de store.

I et godt netværk tør man blotte sig

Mange taler om værdien af netværk, og i starten meldte Annette Steenfath sig til hvad som helst – mere eller mindre halvhjertet.

I dag satser hun på tre netværk: Rotary og KV (Kvindelige Virksomhedsledere) og DANA. I forhold til KV og DANA fremhæver hun specielt styrken ved at kunne være sig selv og afsløre svagheder og problemer. Annette Steenfath vil som DANA-ambassadør gøre en indsats for at sætte det potentiale, der ligger i de 37.000 unikke medlemmer, i system.

Annette Steenfath's motto er, at du får, hvad du giver. Du skal vove og turde, og du har kun dig selv at takke for såvel det gode som det mindre gode.