

A close-up photograph of a bright orange and yellow goldfish swimming in a clear glass bowl. The fish is positioned on the left side of the frame, facing towards the right. The background is a soft, out-of-focus blue, suggesting water. The lighting is bright, highlighting the scales of the fish.

DIE GOLDFISCH-STRATEGIE

1% KOSTEN – 100% KUNDENBEGEISTERUNG

Warum kommen unsere Gäste nicht wieder?

| | |
|-----|---|
| 1% | sterben |
| 3% | ziehen um |
| 5% | werden durch Freundschaften beeinflusst |
| 9% | gehen zum Wettbewerb wegen des Preises |
| 12% | sind mit dem Produkt unzufrieden |
| 70% | sind mit dem Verhalten eines Mitarbeiters nicht zufrieden |

Quelle: BWI, strategic planning

Die schlechte Nachricht!



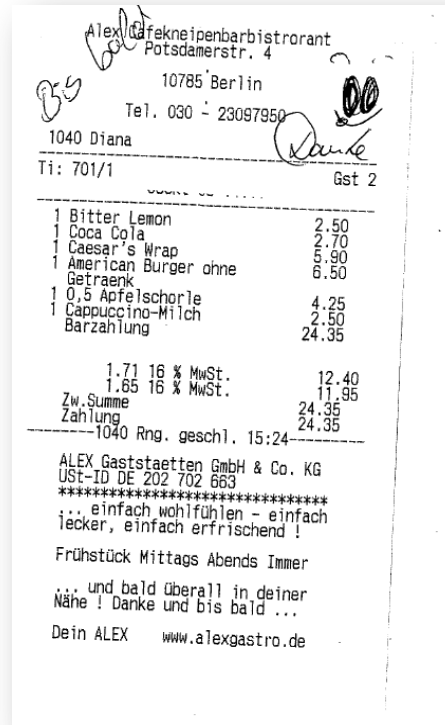
**Zufriedene Gäste –
das reicht nicht!**

Die gute Nachricht!



**Verblüffung kann die
Lösung sein!**

Meine Lieblings-Verblüffung



Meine Lieblings-Verblüffung





“The essential difference between emotion and reason is that **emotion leads to action** while reason leads to conclusions.”

Donald B. Calne
Professor of Neurology
University of British Columbia
CANADA





Was war sein Schlüssel zum Erfolg?

- **110% Kundenorientierung**
- **Kostenbewusstsein**
- **Konsequenz**
- **Mut**
- **Emotion**

= er hat verblüfft!

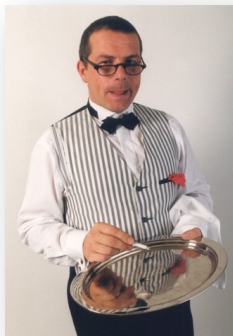
Verblüffen ist Einstellung!



Ist ein Taxifahrer ein „bezahlter Fahrer“ oder ein „Persönlicher Chauffeur“?



Ist ein Friseur ein „Haareschneider“ oder ein „Aussehens-Berater“?



Ist ein Kellner ein „Speisenträger“ oder ein „Wohlfühlmanager“?



Ist ein Empfangsmitarbeiter ein „Anmeldungsentgegennehmer“ oder ein „Zuhause-Willkommen-Heißer“?

**Ohne Leidenschaft
geht nix!**



MUT TUT GUT!







MACH DEN GOLDFISCH – JEDEN TAG! 😊