

Unsere Zeitung sucht Weltmeister im Service

Auftakt Marketingexperte Norbert Beck begeisterte Unternehmer

Von unserem Mitarbeiter Peter Karges

■ **Region.** Ein Alleinstellungsmerkmal zu finden, ist für Gewerbetreibende kein einfaches Unterfangen. Denn wer verkauft schon Produkte, die der Mitbewerber nicht hat – zumal es im Internet schier alles gibt. Die meisten Kunden kaufen allerdings auf der Grundlage von positiven Gefühlen und nur nachgeordnet wegen des Preises. Das betonte Norbert Beck, Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft Metatrain, bei der Auftaktveranstaltung der RZ-Service-WM. Und er fügte hinzu: „Deshalb ist ein optimaler Service ein Alleinstellungsmerkmal.“

Service-Weltmeister orientieren sich an vier Thesen.

Erstens: Sie vermitteln den Kunden Sicherheit, Wertschätzung und Spaß. „Die Hirnforschung hat herausgefunden, dass Kaufentscheidungen zu 80 Prozent vom Unterbewusstsein getroffen werden, und diese drei positiven Gefühle bilden hierfür die Basis. Daran orientiert sich beispielsweise mittlerweile die Werbung von internationalen Konzernen“, versicherte Norbert Beck.

Zweitens: Service-Weltmeister sprechen mehrere der fünf Sinne des Menschen an. „Eine Bäckerei, die neben einem ansprechenden Schaufenster auch noch den Duft von frisch Gebackenem verströmt, kann ihren Umsatz um bis zu sechs Prozent steigern, wie Tests gezeigt haben“, weiß der Autor des Bestsellers „Service ist sexy“.

Drittens: Service-Weltmeister bauen einen Service-Leuchtturm.

„Sie vermitteln ihren Kunden das Gefühl von Sicherheit und Orientierung, dass sie die Probleme ihrer Kunden lösen und ihnen Zeit schenken. Letzteres ist in unserer hektischen Gesellschaft übrigens ein unverzichtbarer Service-Joker“, gab Beck den zahlreichen Unternehmern beim Auftakt der RZ-Service-WM auf den Weg.

Viertens: Service-Weltmeister steigern ihren Sympathiegrad. „Dafür müssen wir allerdings wissen, wie die Kunden Sie sehen“, so Norbert Beck.

Und hier stellt die Service-WM, die in Deutschland und Österreich mit Zeitungsverlagen schon mehr als 80 Mal erfolgreich durchgeführt wurde, die entscheidenden Weichen. „Am 19. März wird die Rhein-Zeitung in einer Sonderbeilage zur Wochenendausgabe Ihnen eine ganzseitige Plattform bieten, auf der Sie die besondere Servicequalität Ihres Unternehmens in den Vordergrund rücken können“, er-



Nach der Begrüßung durch Hans Kary, Prokurist von RZ Media, und dem Grußwort von Landrat Dr. Alexander Saftig, dem Schirmherrn der Service-WM, nahm Marketingtrainer Norbert Beck (rechts) die Zuhörer mit auf eine spannende Reise in die Welt des Service.

Foto: Heinz Israel

klärte Beck. Die Leser unserer Zeitung werden danach auf einer Skala von eins bis zehn jeweils gefragt, ob sie das Unternehmen weiterempfehlen würden oder nicht und warum sie diese Entscheidung getroffen haben. „Keine Fragen-batterie, die sowieso selten ehrlich beantwortet wird, sondern zwei

Fragen, auf deren Grundlage wir eine vertrauliche Analyse erstellen, deren Daten nur Sie zugesandt bekommen.“

Die Leser können dabei über eine Internetseite unserer Zeitung, auf der die Logos der Unternehmen platziert werden, abstimmen oder mittels eines Coupons, der in

den Unternehmen abgegeben werden kann. Die Abstimmung zur Service-WM erstreckt sich über einen Zeitraum von bis zu sechs Wochen. „Und etwa 70 Prozent der Teilnehmer erhalten hinterher die Auszeichnung Service-Weltmeister“, so Norbert Beck. Zudem werden die ersten drei Plätze von der

RZ gesondert ausgezeichnet. Wer die Auftaktveranstaltung in der Ochtdunger Kulturhalle verpasst hat, kann noch bis zum 1. März bei der RZ-Service-WM mitmachen.

➕ Weitere Informationen hierzu gibt es unter Telefon 0261/ 892 115

Warum Unternehmer aus unserer Region an der RZ-Service-Weltmeisterschaft teilnehmen



„Ich mache mit, weil man seinen eigenen Service immer noch weiter optimieren kann und es wichtig ist, neue Wege zu gehen.“

Michael Müller, Geschäftsführer des Andernacher Unternehmens „W. Müller Lichthaus + Elektrotechnik“



„Ich mache mit, weil ich bei der Service-WM kompetente Informationen bekomme, wie man die Dienstleistungen verbessern kann.“

Hans-Günter Huth, Geschäftsführer und Gesellschafter der „Mittelrhein Spedition“ in Urmitz



„Ich mache mit, weil ich durch die Service-WM ein Feedback von unseren Kunden bekomme, das wir dann nutzen möchten.“

Karl-Werner Strohe, Leiter des AWO-Seniorenzentrums in Mayen



„Ich mache mit, weil gerade in der Reisebranche der Service wichtig ist und man so eine interessante Analyse durch die Kunden erhält.“

Karl-Heinz Dott, Geschäftsführer des Reisebüros Dott in Mayen
Fotos: Peter Karges