

AUFTAKT ZUR SERVICE WM

Bei der Aktion des Starnberger Merkur und der Firma Metatrain können Unternehmen ihre Service-Leistungen präsentieren. Dann werden die Merkur-Leser und die Kunden der Teilnehmer die Firmen bewerten.

Optimale Grundlage für gute Geschäfte

So etwas gab's noch nie im Fünfseenland: Eine Service WM für die Geschäftswelt, für Dienstleister und andere Anbieter. Zusammen mit dem Starnberger Merkur erhalten Unternehmen aller Art beste Chancen, sich zu präsentieren und ihre Kunden besser kennen zu lernen – eine glänzende Grundlage für eine hervorragende Entwicklung in Zukunft.

VON LORENZ GOSLICH

Landkreis – Die Frau war schick gekleidet, ganz ohne Zweifel. Aber sie schaute ganz schön griesgrämig, hochnäsiger und herablassend auf die Unternehmer im kleinen Saal der Starnberger Schlossberghalle herab. Und die schienen sich einig zu sein: Bei so einer arroganten Verkäuferin würden sie nicht allzu gern einkaufen.

Folgen für Umsatz und Gewinn

Der Marketing-Experte Johann Beck, der dieses geradezu furchterregende Bild am Mittwochabend per Beamer auf eine Leinwand geworfen hatte, ließ sofort den perfekten Gegenpol folgen: das Foto einer anderen Dame, die so entzückend nett und zukommend schaute, dass man sich gleich von vornherein gut behandelt fühlen musste. Genau diesen zentralen Unterschied zwischen Freundlichkeit und Unfreundlichkeit mit seinen enormen Folgen für Umsätze und Gewinne führte Johann Beck, Geschäftsführer der Metatrain GmbH aus Neumarkt in der Oberpfalz, den Besuchern aus dem Landkreis Starnberg so klar vor Augen, dass diese noch beim Buffet im Anschluss an die Veranstaltung von seinen Empfehlungen schwärmten. Etliche der Gäste hatten sich ohnehin schon zuvor entschlossen, an der Service WM



Service ist sexy hat laut Johann Beck „Geiz ist geil“ längst abgelöst.

FOTOS: SVI



Der Partyservice Scholler verwöhnte die Besucher mit einem schmackhaften Buffet.

teilzunehmen, die Becks Unternehmen zusammen mit dem Starnberger Merkur erstmals im Fünfseenland veranstaltet. Auf ähnliche Weise hat Metatrain bereits mehr als 5000 Unternehmen an über 100 Standorten der Bundesrepublik zusammen mit zahlreichen Zeitungsverlagen begleitet und dabei beste Resonanz erzielt.

Etliche Unternehmer entschieden sich bei der Auftaktveranstaltung an diesem

Abend spontan zur Teilnahme – und dabei spannte sich der Bogen weit, von Geschäften über Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe bis zu Ärzten und Sportvereinen. Weitere Interessenten erhalten in der Merkur-Geschäftsstelle, ☎ (0 81 51) 26 93 27, detaillierte Informationen. Aber nicht zu lange warten: Die Aktion ist gestartet.

Für einen Pauschalpreis wird den Teilnehmern dieser Service WM ein Komplettpa-

ket geboten, das für ihre Unternehmen mit beträchtlichem Werbewert verbunden ist. Aber nicht nur das: Darüber hinaus werden ihnen wertvolle Informationen darüber vermittelt, wohin die Trends weisen, wie ihre Kunden sie einschätzen und was sie im Falle des Falles verbessern können, um noch mehr Kaufanreize zu bieten. Im Angebot enthalten sind Anzeigen und redaktionelle Berichte über jedes teilnehmende

Unternehmen in einer Sonderausgabe sowie Online-Präsenz ebenso wie ein Marketingpaket und eine Kundenbefragung samt Voting-Box, Auswertung und Gewinnspiel samt Preisen. Bei der Befragung soll vor allem herauskommen, wie viele Kunden das betreffende Unternehmen weiterempfehlen würden.

Ganz überrascht schienen nicht wenige der Besucher zu sein, als sie erfuhren, wie ver-

hältnismäßig wenig sie bei dieser Service WM für alles zusammen bezahlen müssen: Für 519 Euro ist das günstigste Paket zu haben, für 1065 Euro das teuerste. Der Unterschied liegt allein in der Größe der Anzeigen.

merkur-online.de

Weitere Fotos finden sie auf www.starnberger-merkur.de/Servicewm

Gehört – notiert

„Ich mache bei der Service-WM mit. Ich betrachte den Hausarzt als echten Dienstleister. Dabei ist es ausgesprochen wichtig, auch die Mitarbeiter, also die medizinischen Fachkräfte, auf das Thema Service auszurichten.“

DR. KLAUS GRÖBER, ARZT, AUFKIRCHEN

„Bei Langeweile geht der Kunde fremd.“

JOHANN BECK, GESCHÄFTSFÜHRER, METATRAIN GMBH

„Das Ziel der Service-WM ist es, die exzellente Leistung der Unternehmen in dieser Region herauszuarbeiten.“

MARC NICKOL, ANZEIGENLEITER, HEIMATZEITUNGEN

„Ich kann den Starnberger Merkur zu dieser Aktion nur gratulieren. Vielleicht sollten auch Behörden mitwirken. Die Leistungsfähigkeit beispielsweise einer Stadtverwaltung definiert sich nicht zuletzt aus dem Service, der ihren Bürgern geboten werden kann.“

LUDWIG JÄGERHUBER, VIZEBÜRGERMEISTER, STARNBERG

„Service ist wichtig nach der Geiz-ist-geil-Phase, die inzwischen abflaut.“

JOHANN BECK

„Wenn wir etwas möchten, was wir noch nie bekommen haben, müssen wir etwas tun, was wir noch nie getan haben.“

JOHANN BECK

„Manchen Kunden kann man's nicht recht machen. Tipp: Trennen Sie sich von ihnen. Besser noch: Schicken Sie die zum Wettbewerber – Sie können ihn nicht mehr schädigen.“

JOHANN BECK

„Ich würde mich gern mal intellektuell mit Ihnen unterhalten – aber ich sehe, Sie sind unbewaffnet.“

DENKBARE BEMERKUNG ZU EINEM KUNDEN, DEM MAN ES NIE RECHT MACHEN KANN, LAUT JOHANN BECK

„Hirnlos verkaufen war gestern“
BUCH-TITEL DER BRÜDER
JOHANN UND NORBERT BECK

Erwartung plus X löst Begeisterung aus

Landkreis – „Service-Weltmeister geben ihren Kunden bei jeder Begegnung mit dem Unternehmen möglichst gute Emotionen“, sagt Johann Beck. Und an Begegnungen ist kein Mangel, wie der Geschäftsführer der Metatrain

Über Emotionen gewinnt man Kunden

GmbH in Starnberg hinzufügte: beim Empfang, im Verkaufsgespräch, im Internet per E-Mail und auf der Homepage, durch Prospekte, ja auch bei Rechnungen, denen man nette Mitteilungen wie zum Beispiel einen Hinweis auf die Kundenbefragung der Service-WM beilegen kann. Alle diese Potenziale sollten genutzt werden, empfahl Merkur-Anzeigenleiter Marc Nickol: „Die Zufriedenheit hängt direkt damit zusammen, wie stark man das Thema spielt.“

Sogar eine Formel für den Erfolg hatte Beck mitgebracht: „Erwartung plus x = Begeisterung.“ Das „x“ kann eine Kleinigkeit sein, sagte er. Nach wie

vor denkt er zum Beispiel gern daran zurück, wie er einmal im Winter, als er morgens aus einem Hotel kam, sein Auto sauber vom Schnee befreit, mit enteisten Scheiben, vorfand, dazu einen Zettel unter dem Scheibenwischer, mit dem ihm Sonnenschein und gute Fahrt gewünscht wurde. Emotion pur ist das für ihn – und ein Grund, gern wieder in dieses Hotel zu kommen. „Wenn Sie es schaffen, Ihre Kunden emotional zu binden, dann kommen sie immer wieder“, rief Beck den Unternehmern aus dem Landkreis Starnberg zu.

Aber die Service-Innovation liege in Deutschland brach, bedauerte er. Kleine und mittelgroße Unternehmen wirkten oft alle gleich, es sei schwierig, sie voneinander zu unterscheiden. Manche Unternehmen aber schaffen es nach seinen Erfahrungen doch. Auf einer Hausausstellung habe zum Beispiel ein Anbieter für ein Wochenende „Probewohnen“ für eine ganze Familie angeboten – „eine tolle Idee“, kommentierte Beck.

WIE GEFÄLLT IHNEN DIE SERVICE WM?



Sigmund H. Speyerer, Architekt, Starnberg



Carola Palm, TSV-Geschäftsführerin

„Service und Kundenfreundlichkeit sind ganz wichtig, davon bin ich überzeugt. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass ich am liebsten und immer wieder dort einkaufe, wo ich freundlich behandelt werde. Ich denke, dass die Service-WM dabei helfen kann. Diese Aktion ist mit Sicherheit eine gute Idee. Für besonders wichtig halte ich es, den Leuten immer wieder ins Bewusstsein zu führen, wie wesentlich diese Dinge sind.“

„Ich sehe den Sport als Dienstleistung. Die Service WM ist eine gute Geschichte, da möchte ich mit dem TSV Starnberg gern mitmachen, sofern ich mein Präsidium davon überzeugen kann. Wir müssen ja unsere Mitglieder betreuen. Sie zahlen Beiträge und erwarten dafür entsprechende Angebote. Auch die Übungsleiter sollten in ihren Gruppen freundlich sein. Das alles muss man den Leuten immer wieder ins Bewusstsein rufen.“



Uschi Hofmann (l.), Parfümerie Flair, Gauting

„Ich werde wahrscheinlich mitmachen, weil mich das fasziniert, alle Bereiche mit den Kunden abzudecken und auch die Presse mit einzubeziehen. Wir haben vor Jahren schon einmal so etwas Ähnliches gemacht. Da fühlt sich der Kunde sehr geachtet,

wenn man ihn um seine Meinung bittet. Das ist eine Wertschätzung des Kunden.“

Jutta Vogel, Parfümerie-Mitarbeiterin

„Mir gefällt so etwas. Das bringt mal wieder frischen Wind in den Geschäftsalltag. Es ist auch sehr witzig gemacht.“



Manfred Brunner, Autohaus Brunner

„Wir machen mit und haben uns auch schon angemeldet. Das ist ein absolut innovativer, hervorragender Weg. Wenn Mitarbeiter die Kunden nicht mit einem Lächeln empfangen, ist es oft schwierig. Jeder Mensch reagiert anders. Da muss jeder dran arbeiten. Das ist aber meist nicht leicht, denn im Tagesgeschäft ist man ja immer im Trott. Da denkt man über all diese Zusammenhänge nicht so richtig nach. Deshalb ist es gut, wenn man auf so eine Weise wach gerüttelt wird.“