

# Das gezielte Spiel mit Emotionen

Zum Auftakt der Aktion „Service-Profi“ rät Marketingexperte Norbert Beck zu einer gefühlsorientierten Verkaufsstrategie

LÖRRACH (dam). Die Badische Zeitung sucht den Service-Profi im Dreiland und zum Einstieg in die Kampagne gab Norbert Beck von der Partnerfirma Metatrain schon einmal richtungsweisende Tipps: Wer gut verkaufen oder mit seinen Dienstleistungen beim Kunden dauerhaft ankommen will, muss die emotionale Ebene berühren. Doch damit dies optimal gelingt, so erläuterte Beck bei einer Impulsveranstaltung vor rund 200 Geschäftsinhabern im Burghof Lörrach, muss zunächst der Vorstand glasklar erkennen, wie die Gefühle der Kunden anzusprechen sind.

Die Aktion „Service-Profi im Dreiland“ besteht aus mehreren Bausteinen. Der Wettbewerb und die Auszeichnung von besonders servicestarken Unternehmen ist sozusagen die spielerische Facette. Dahinter steckt ein umfangreiches Konzept, mit dem Unternehmer ihren Betrieb präsentieren und Kunden für eine Abstimmung gewinnen können. Begleitet wird die Aktion von Werbeauftritten in der Zeitung, im Internet und auf anderen Werbeträgern. Partner der Kampagne ist die Firma Metatrain, die den Bogen für die Kundenbefragung entwickelt hat und die nach der professionellen Auswertung der Kundenbeiträge den teilnehmenden Unternehmen klare Hinweise gibt, wo sie in Sachen Service Stärken oder auch Schwächen haben. So ist nach dem olympischen Motto teilnehmen wichtiger als siegen. Die Aktion dient dazu, „den eigenen Service professionell zu überprüfen und weiterentwickeln zu lassen“, wie BZ-Regio-



Norbert Beck erklärt, wie man den Standort stärkt.

FOTO: WILLI ADAM

nalverlagsleiter bei der Auftaktveranstaltung im Burghof sagte.

Denn besser werden kann man immer. Dies vermittelte auch Landrat Walter Schneider als Schirmherr der Aktion. Deutschland habe sich „seit Kaisers Zei-

ten“ in Sachen Service und Dienstleistung schon weiter entwickelt, sagte Schneider. Aber der Dienst am Kunden müsse immer wieder neu inspiriert und belebt werden: „Service ist mehr als nur ein Sahnehäubchen.“

Wie dieser Standortfaktor, von dem Schneider sprach, gestärkt werden kann, verdeutlichte in einem lebhaften Vortrag der Marketingexperte Norbert Beck, der mit seinem Bruder Johann die Firma Metatrain führt. Metatrain ist Partner der Aktion „Service-Profi im Dreiland“. Die Firma aus Neumarkt in der Oberpfalz hat meist unter dem Titel „Service WM“ bereits mit 50 Verlagen in 75 Regionen ähnliche Aktionen angeboten und dabei 5000 Firmen erreicht. So kamen im Lauf der Zeit 500 000 ausgewertete Kundenfragebögen zusammen. Eine Datenbasis, die von den Gebrüdern Beck mit wissenschaftlichen Erkenntnissen zu einem schlüssigen Werbekonzept verknüpft wird. Die zentrale Botschaft: Wer gut verkaufen will, muss die Menschen auf einer emotionalen Ebene erreichen und dies möglichst so, dass viele Sinne angesprochen werden. „Wir verkaufen Emotionen“, bringt Beck seine Thesen auf einen kurzen Nenner. Erfolgreiches Marketing setze gezielt und strategisch auf die Faktoren Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung als Grundlagen der Kundenbeziehung, denn diese vermeintlich weichen Faktoren rangierten im Ranking der Käufer noch vor Kompetenz, Qualität und Preis.

**Ansprechpartner** für die Aktion „Service-Profi im Dreiland“ sind Klaus Felber (07621/40385835) und Linda Zimmermann (0761/4964103)



Alle Informationen unter [www.badische-zeitung.de/serviceprofi](http://www.badische-zeitung.de/serviceprofi)