

Damit der Umsatztorpedo nicht einschlägt

Auftakt der 1. Ostalb-Service-Olympiade der Schwäbischen Post mit Service-Experte Norbert Beck

Zufriedene Kunden? Das ist nicht genug. Denn das sind diejenigen, die wechseln. Sie müssen „Kundenfans“ werden. Was Service alles kann hat der Experte für Emotions-Marketing, Norbert Beck, erläutert. Sein Vortrag „Service ist sexy“ im Gutenberg-Kasino der SchwäPo war der Auftakt der 1. Ostalb-Service-Olympiade.

ANJA RETTENMAIER

Aalen. „Würden Sie uns weiterempfehlen?“, fragt der Anzeigenleiter der Schwäbischen Post, Falko Pütz, in die Runde. Unternehmer aus Aalen und Ellwangen und Umgebung sind gekommen, um sich über das Thema Service zu informieren. Anlass ist der Auftakt der 1. Ostalb-Service-Olympiade, die diese Zeitung zusammen mit der Firma Metatrain auf die Beine stellt. Bei dieser Aktion können Gewerbetreibende nicht nur

ihren Service in einer Sonderveröffentlichung präsentieren und dafür von den Lesern und Kunden prämiert werden, sie erfahren Wissenswertes zum Thema Dienstleistung.

Gelegenheit dazu gab es beim Vortrag „Service ist sexy“ von Norbert Beck, der zusammen mit seinem Bruder das Marketingpaket der Service

Olympiade bereits für 15 Zeitungen und Regionen in Bayern geschnürt hat (wir berichteten). AOK-Chef Jörg Hempel (Partner bei der Service-Olympiade) erläuterte am Beispiel der Krankenkasse die Bedeutung: „Das Produkt ist sehr vergleichbar und seit dem 1. Januar ist auch der Preis derselbe.“ Den Unterschied könne nur der Kundenberater



Norbert Beck ist Experte in Sachen Service. (Foto: Oliver Giers)

ausmachen. Jörg Hempel: „Ich freue mich auf den Prozess, der in Sachen Service jetzt angestoßen wird.“

Worauf es ankommt, das erläuterte Norbert Beck in seinem Vortrag „Service ist sexy“. Er machte einen Ausflug in die Hirnforschung. Denn das Unterbewusstsein entscheide in 99 Prozent mit po-

sitiven oder negativen Emotionen über die Kaufentscheidungen und das in 100 Millisekunden. Mit vielen interessanten Zahlen und Fakten, unterhaltsamen Beispielen unterstrich der Referent, dass es sich lohnt, Kunden nicht nur zufrieden zu stellen. Denn das sei nicht genug. Denn

nur ein „Fankunde“ mit einem hohen „Kunden-Beziehungsindex“ bleibe dem Unternehmen treu. „Es kostet zehn bis zwölf Mal mehr Geld einen Neukunden zu gewinnen als einen Kunden zu halten“, erklärt Norbert Beck. Unzufriedene Kunden wiederum seien „Umsatztorpedos“, denn die erzählen zehn bis 17 Mal von ihrer schlechten Erfahrung.

Martin Opferkuch, von der Firma Telemedia Tec aus Wasseralffingen fand den Vortrag „sehr interessant“ und auch Susanne Truckenmüller vom Salon Schnee in Aalen ist ganz „motiviert“ vom Vortrag und hat sich gleich zur 1. Ostalb-Service-Olympiade angemeldet. „Eigentlich ist ja bekannt, dass Service dazu gehört. Aber die Zahlen im Vortrag haben die Wichtigkeit unterstrichen“, findet Holger

Haußmann von der Werbeagentur Dowe in Lauchheim. „Ich habe viele fundierte Dinge gehört“, lobt Gabi Briel vom Ellwanger Maler- und Stuckateurbetrieb.

SCHWAPO
Action