

# „Kunden müssen sich wohlfühlen“

**SZ-Aktion „Saarlands Bester Service 2010“: Unternehmenstrainer Johann Beck stellt Check-Liste für Firmen auf**

**Ob Supermarkt, Autohaus, Fachgeschäft, Handwerksbetrieb oder Restaurant: „Nur ein Kunde, der sich wohlfühlt, kommt gerne wieder und trägt sein Geld jahrelang dorthin“, sagt Deutschlands Service-WM-Organisator und Firmencoach Johann Beck (Foto: Herbst): „Ist der Kunde dagegen unzufrieden, bleibt mit seiner Familie weg und erzählt es weiter, kann das den Betrieb im Einzelfall über Jahre hinweg bis zu 250 000 Euro kosten“.**



**Johann Beck**

Von SZ-Mitarbeiter  
Udo Lorenz

**Saarbrücken.** Mit der *Saarbrücker Zeitung* hat Becks Firma Metatrain in Neumarkt/Oberpfalz die Aktion „Saarlands Bester Service 2010“ gestartet. Dabei geht es neben Suche und Krönung der kundenfreundlichsten Unternehmen der Region auch um die generelle Frage: „Was müssen Firmen beachten, damit sie bei ihren Kunden Glücksgefühle statt Frust und Enttäuschung wecken?“ „Service“, ursprünglich ein Begriff aus dem Französischen und Englischen, wird dabei nicht allein auf Dienst am Kunden beschränkt, sondern ganzheitlich betrachtet.

„**Service-Design** beginnt bereits an der Eingangstür und beim Web-Auftritt“, sagt Beck:

„Das äußere Erscheinungsbild der Firma muss ansprechen“. Sauberkeit ist Pflicht. Attraktive Schaufenster, Regale, Blumen, Bilder, Hintergrundmusik und Wohlgerüche gehören zur entscheidenden

Kür. Oft reiche schon, wenn eine Bäckerei nach frischem Brot duftet oder zur Weinprobe französische Musik kredenz wird.

„Bei der **Service-Kommunikation** geht es für den Kunden immer um die Frage: Bin ich hier willkommen, werde ich freundlich aufgenommen, und wie geht man bei einer Reklamation mit mir um“, sagt der renommierte Firmencoach. Ein lächelndes „Kann ich Ihnen vielleicht helfen?“ wirkt im Laden sicher anziehender als ein forsches „Suchen Sie was Bestimmtes“. Warten will kein Kunde lange im Laden, gestört beim gedankenversunkenen Suchen aber auch nicht. Leider, so Beck, werde das Thema Service heute auch bei der Ausbildung des Personals noch unterschätzt.

Unter „**Service-Marketing**“, so der Experte, verstehe man heute, „weniger über den günstigen Preis einer Ware oder Dienstleistung zu trommeln als über Emotionen dem Kunden



**Guter Service und Beratung in einer Wohlfühl-Atmosphäre sind der Schlüssel zum Erfolg.** Foto: cms

gegenüber“. „**Service-Innovationen**“ seien im Wettbewerb genauso wichtig: „Was kann ich anders als die anderen machen?“, heiße dabei die Devise. Kann der Service eines Schuhgeschäfts von dem eines Autohauses lernen – oder umgekehrt? Service-WM-Organisator Beck hat mit seiner Metatrain GmbH mehr als 1000 Firmen an Hand unzähliger Kundenbeurteilungen analysiert und dabei die erfolgreiche Strategie der Service-Weltmeister in zehn Service-Regeln zusammengefasst (siehe Kasten).

#### Im Internet:

[www.saarbruecker-zeitung.de/besterservice](http://www.saarbruecker-zeitung.de/besterservice)

#### AUF EINEN BLICK

**Zehn Gebote und Regeln für Firmen zum besseren Kundenservice:**

**Regel 1:** Dem Kunden zeigen, dass er jederzeit willkommen ist.

**Regel 2:** Auf den Kunden eingehen, um herauszufinden, was er wirklich braucht.

**Regel 3:** Aktiv und kreativ Lösungen für den Kunden finden.

**Regel 4:** Kritik und Reklamationen des Kunden als Chance zur Verbesserung betrachten.

**Regel 5:** Den Kunden fachlich kompetent bedienen.

**Regel 6:** Ein gutes Betriebsklima schaffen, damit sich auch die Kunden wohlfühlen.

**Regel 7:** Darauf achten, dass das Unternehmen stets einladend auf den Kunden wirkt.

**Regel 8:** So organisiert sein, dass Kunden stets schnell und reibungslos bedient werden.

**Regel 9:** Den Kunden bei Produkten und Dienstleistungen ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten.

**Regel 10:** Die Kunden immer wieder neu begeistern. *red*

