

„Sexy Service“ ist wichtiger als der Preis

SZ startet Aktion „Saarlands Bester Service“

Bei welchem Unternehmen im Saarland fühlen sich Kunden besonders gut aufgehoben? Bei der SZ-Aktion stimmen Kunden über die Unternehmen ab.

Saarbrücken. Günstige Preise sind gut, „sexy Service“ ist besser: Über ihn gewinnen oder binden Firmen, Handwerksbetriebe und Dienstleister am ehesten Kunden. Das hat der Unternehmenscoach Norbert Beck beim Startschuss zur Aktion der Saarbrücker Zeitung (SZ) „Saarlands bester Service“ hervorgehoben. Bei dem Wettbewerb unter der Schirmherrschaft von IHK-Präsident Richard Weber werden bis Juni erstmals die kundenfreundlichsten Unternehmen im Land gesucht.

Es muss nicht die lächelnde Verkäuferin im Minirock sein, die

den Service „sexy“ macht, verdeutlicht Beck. Auch aufgeräumte Schreibtische, attraktive Schaufenster und innovative Service-Leistungen wie Brillenbäder oder kostenloser Schuhputz-Service schaffen Kundenbindung.

Mit seiner Firma Metatrain GmbH in Neumarkt organisieren Beck und sein Bruder schon seit Jahren Service-WM's. Die Auswertung von mehr als 100 000 Kundenbeurteilungen in 1000 mittelständischen Firmen ergab: „Kunden wünschen sich zu allererst Freundlichkeit beim Personal, im Eingangsbereich der Firma und beim Web-Auftritt.“ Am zweitwichtigsten bewerten sie Vertrauen in die Firma und an dritter Stelle gute fachliche Beratung. Erst danach kommen Kriterien wie Qualität und Preis. „Menschen kaufen Emotionen, keine Produkte und Dienstleistungen“, betont Beck: „Serviceleistungen dürfen nicht aussehen wie Reihenhäuser, sondern müs-

sen ein Leuchtturm sein.“ Firmen, die an der Aktion „Saarlands Bester Service“ teilnehmen wollen, können sich per Fax oder E-Mail bei der SZ anmelden. Ihre Kunden und die SZ-Leser geben per Abstimmungskarte oder online im Internet ihre Service-Bewertungen und Anregungen ab. Die Firma Mediatrain wertet die Kundenurteile professionell aus und erstellt daraus einen Zufriedenheits-Index. Die besten Service-Unternehmen in der Region werden am 10. Juni gekürt.

Unterstützt wird die SZ-Aktion vom Marketingclub Saar, der Vereinigung der Saarländischen Unternehmensverbände, der Landeshauptstadt Saarbrücken, der Handwerkskammer des Saarlandes und dem Landesverband Einzelhandel und Dienstleistung Saarland e.V. ulo

Produktion dieser Seite:

Joachim Wollschläger
Thomas Sponticcia

Im Internet:

www.saarbruecker-zeitung.de/besterservice