

# 1. Unterfränkische Service-Olympiade

für die Regionen Bad Kissingen und Rhön-Grabfeld

## Warum Menschen Emotionen kaufen und natürliche Freundlichkeit viel wichtiger ist als der Preis

Kunden für sich zu gewinnen und langfristig zu binden ist Ziel von Unternehmen. Manchmal funktioniert das aber nicht so, wie man es sich vorstellt, manchmal braucht man nur ein paar Dinge zu ändern um erfolgreich zu sein. Welche Dinge das sind und wie man sie umsetzt, das erklärte Norbert Beck bei der Auftaktveranstaltung zur 1. Unterfränkischen

leister aus der Region teilnehmen. Sie erhalten Tipps, Anregungen und bekommen erklärt, wie sie Serviceleistungen optimieren. Saale-Zeitung, Anzeiger und Metatrain haben ein Service-Olympiade-Marketingpaket geschnürt, das auf Modulen aufbaut. Mit enthalten in der Leistung sind Strategien wie die emotionalen Darstellung eigener Serviceleistun-

seinem Bruder Johann gegründet hat. Sie untersuchen was Unternehmen erfolgreich macht. Einerseits gibt es eine Menge negativer Verhaltenweisen, mit denen Kunden aus dem Geschäft vergrault werden – man denke nur an unfreundliche Antworten oder komplettes Nichtbeachten eines Käufers, andererseits schlummern in jedem Unternehmen Potenziale, die einfach nur entdeckt und in den Vordergrund gerückt werden müssten. Wichtig ist natürlich auch, dass der richtige Mensch am richtigen Platz sitzt. „Menschen, die bei ihrer Arbeit keine Erfüllung finden“, sagte Beck, „die werden krank.“ Daher rät er Arbeitgebern „schon bei der Einstellung mehr darauf zu achten, welche Einstellung der Bewerber hat“. Außerhalb dieser Maßnahmen gibt es in jedem Geschäft natürlich Verhaltensregeln, die dem Kunden - der ja immer auch ein Mensch ist - grundsätzlich gefallen. Der Kunde Mensch ist im Prinzip gar nicht so kompliziert aufgebaut, erfuhren die Teilnehmer bei dem kurzweiligen Vortrag, „an jeder Kaufentscheidung sind zwei Gehirnhälften beteiligt“, erklärte Beck, „das Denkhirn, das ist zuständig für das Rechnen und das Emotionshirn, das ist zuständig für die Gefühle“. Rund 80 Prozent aller Kaufentscheidungen werden emotional getroffen, beteiligt an diesen Entscheidungen sind im Unterbewusstsein die drei Faktoren – von Beck salopp als Knöpfe bezeichnet - Lust, Macht und Sicherheit. Die gilt es zu drücken und dazu gehört jede Menge Feingefühl, ansonsten betritt der Kunde das Geschäft unter Umständen nie wieder. Den Kunden Emotionen bieten, statt einfach ein Produkt anzupreisen rät der Fachmann und gibt auch gleich einen Tipp „Verkaufen Sie keine Schuhe, sondern schöne Beine!“ Im weiteren blendet der Verkaufsexperte

verschiedene Bilder zur Verdeutlichung seiner Worte ein, darunter eine amerikanische Motorradmarke die damit wirbt, kein Motorrad, sondern ein Lebensgefühl zu verkaufen – und genau das gefällt dem Kunden. Er bekommt mit der Ware die „Lizenz zum Träumen“. Er bekommt Freude vermittelt. Bestimmte Produkte blenden ein bestimmtes Gefühl ein und das gilt es zu finden. Auch, warum Menschen immer wieder ein bestimmtes Geschäft aufsuchen hat Beck herausgefunden. Rund 100000 Kunden werden pro Jahr befragt, ganz oben auf der Liste steht: Freundlichkeit. Danach folgen Vertrauen, Wertschätzung, Qualität und an letzter Stelle steht erst der Preis.

Beim Kauf spielt aber nicht nur das Auge eine Rolle, nach neuesten Untersuchungen spricht ein Produkt am besten alle Sinne an, zum Beispiel die Nase. Mit dem Geruch von frischen Backwaren lässt man sich doch viel leichter zu einem Croissant verführen. Natürlich zeigte Beck noch jede Menge anderer Beispiele auf, wie Musik das Kaufverhalten beeinflusst, der Unterschied zwischen Männern und Frauen beim Einkaufen. „Frauen brauchen länger im Supermarkt, weil sie die Inhalte besser prüfen“ räumt Beck das Vorurteil auf, dass Frauen nur bummeln. Weiterhin gilt für Service-Weltmeister vier Punkte einzuhalten: Der erste Punkt heißt den erwähnten Knopf Lust, Sicherheit oder Macht beim Kunden zu treffen, der zweite Punkt beinhaltet die Fähigkeit der Service-Weltmeister mit den Sinnen zu arbeiten, der dritte Punkt befähigt sie, einen strategischen Leuchtturm aufzubauen und im vierten Punkt gelingt es den Service-Weltmeistern ihren Sympathiegrad zu steigern. Anders als alle anderen sein, das ist die Devise.



Norbert Beck bei der Vorstellung der Service Olympiade in Bad Kissingen „Menschen kaufen Emotionen“. Text/Foto: Anja Vorndran.

Service-Olympiade im Tattersall. Er ist überzeugt „Menschen kaufen Emotionen“. Rund 150 Unternehmer aus hauptsächlich mittelständischen Betrieben der Landkreise Bad Kissingen und Rhön Grabfeld kamen zu der Präsentation, die von Saale-Zeitung, Bad Kissingen und Rhön-Grabfeld Anzeiger in der Region mit Marketingmaßnahmen begleitet wird. An dieser Service-Olympiade können alle Händler, Unternehmer oder Dienst-

gen in einem Service-Journal, eine professionelle Kundenbefragung mit Auswertung durch professionelle Marktforscher und die Möglichkeit das Service-Olympiade-Siegel zu erreichen. Weiterhin gibt es Vorträge von Topreferenten sowie Checklisten und das Service-WM-Handbuch.

Norbert Beck ist Geschäftsführer der Firma Metatrain, das ist eine Beratungsgesellschaft aus Neumarkt in der Oberpfalz, die er vor 20 Jahren mit



Udo Müller, Vertrieb Produktmanagement Industrie, Hammelburg: Grundsätzlich bin ich über die Firma in der ich arbeite informiert, den Abend hier habe ich für meine Lebensgefährtin besucht, da sie einen anderen Termin hatte. Egal ob Handwerk oder Industrie man muss für sich selbst die beste Werbung finden, die Veranstaltung hat mir gut gefallen und mir auch Neues aufgezeigt.



Carola Gröger, Trendmode Stier, Euerdorf: Ich fange gleich mit der Umsetzung einiger Dinge an, die ich heute hier im Tattersall gehört habe. Man kann wirklich mit einfachen Dingen auch viel erreichen, die natürliche Freundlichkeit ist ganz wichtig, das hat Herr Beck ja mehrfach betont. Dass die Sinne, insbesondere der Duft eine so wichtige Rolle spielt, das finde ich sehr interessant.



Günther Hanff, Foto Video Hanff Bad Kissingen: Gut gemacht! Das war auf jeden Fall anders, als andere das machen. Die Art und Weise der Moderation was klasse. Wichtig ist die Service Olympiade mit Sicherheit für Unternehmen die in die Werbung einsteigen oder sich überlegen, jetzt endlich mal Werbung zu machen. Wenn man ein Geschäft hat sollte man immer auf dem Laufenden sein.

**Teilnehmen ist ganz einfach:** Interessenten melden sich an bei der Anzeigenabteilung von Saale-Zeitung und Anzeiger unter Tel.: 0971 / 8040-600 oder per E-Mail an: [anzeigen.badkissingen@in-franken.de](mailto:anzeigen.badkissingen@in-franken.de) Dann werden in ihrem Geschäft Plakate ausgehängt die sie als Teilnehmer der 1. Service Olympiade in Unterfranken ausweisen, Teilnahmekarten werden ausgelegt auf der es eine Frage zu beantworten gilt: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Geschäft Freunden oder Kollegen weiter empfehlen?“  
Ab Mittwoch dieser Woche können die Kunden mit den Karten und im Internet die teilnehmenden Betriebe bewerten.