

Werden Sie Service-König

Letzte Chance: Anmeldung ist noch bis 8. Juni möglich

BAYREUTH
Von Lisa Faber

Nur derjenige, der guten Service bietet, macht gute Geschäfte. Bei der Kurier-Aktion Service-König können Firmen auf ihre Serviceleistungen und Kundenfreundlichkeit aufmerksam machen.

Auch der Kurier ist in allen Bereichen serviceorientiert. „Wir haben uns mit dem Thema befasst, weil wir selbst Wert darauf legen“, sagt Kurier-Anzeigenleiter Andreas Weiß. Um das zu kommunizieren, eignet sich der Service-König als Plattform.

Weiß: „Nicht nur der Preis, sondern vor allem guter Service entscheidet über Erfolg.“ Letztendlich sind es innovative Ideen, zum Beispiel der Hol- und Bringservice eines Autohauses, das

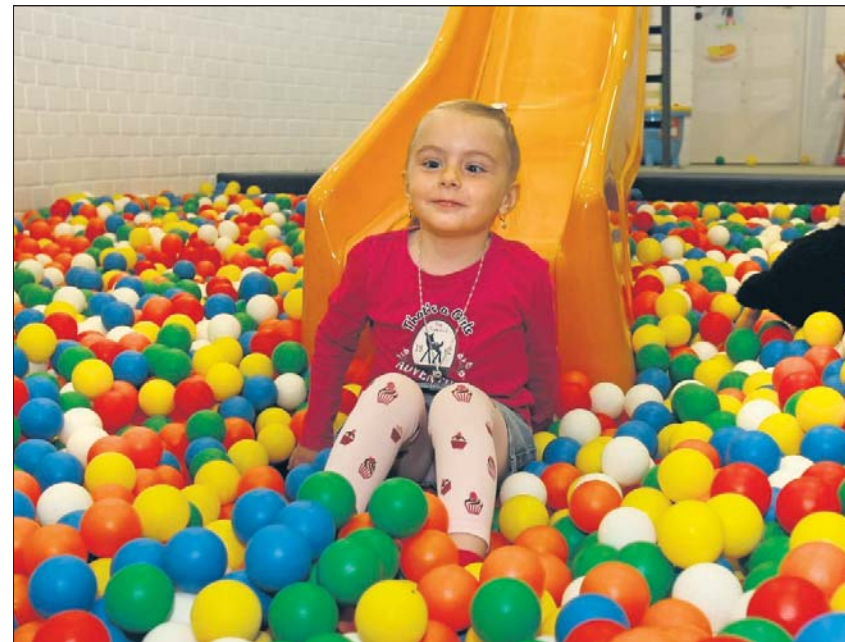
Service-König 2011



Brillenbad beim Optiker oder die Leseecke, die Kunden langfristig an ein Unternehmen binden. „Jeder kauft lieber dort, wo er kompetent und freundlich bedient wird und direkt vor der Tür parken kann“, sagt der Anzeigenleiter.

Im Gegensatz zur Aktion im Jahr 2009 gibt es auch offene Fragen auf dem Stimmzettel. Die Kunden können die wichtigsten Gründe für die Bewertung angeben und Verbesserungswünsche äußern. „Dadurch erfahren die Geschäfte den Ist-Stand ihrer Servicequalität“, sagt Weiß. Mit den neuen Erkenntnissen können die Firmen diese verbessern. „Langfristig gesehen kaufen die Menschen dort, wo sie freundlich und kompetent bedient werden, ausreichend kostenlose Parkplätze vorhanden sind und die Öffnungszeiten passen.“

Zudem werden beim Wettbewerb diesmal nicht nur die drei Besten ausgezeichnet. Jeder, der mit mindestens 30 Stimmen einen positiven Kundenbeziehungsindex erreicht, erhält das Kurier-Siegel, das eine Garantie für guten Service ist.



Spielecke für Kinder: Auch das ist guter Service und bindet Kunden langfristig an das Unternehmen.
Foto: Lammel