



Top Service Unternehmen in Mainz




„Präsentieren auch Sie Ihre Firma in der Kampagne!“

Das Mainzer Wochenblatt lädt alle Geschäfts- und Firmeninhaber aus Mainz zu einem kostenfreien Vortragsabend zum Auftakt der Kampagne „Top Service Unternehmen in Mainz“ ein.

Wann? Donnerstag, 11. August 2011, ab 19.00 Uhr
Wo? Verlagsgebäude der Verlagsgruppe Rhein Main, Erich-Dombrowski-Straße 2, 55127 Mainz

19.00 Uhr Sektempfang und Begrüßung

19.30 Uhr  Impuls-Vortrag „Service ist sexy“ mit Referent Norbert Beck. Herr Beck ist Experte für Emotions-Marketing und einer der renommiertesten Vortragsredner zum Thema „Service“.

20.30 Uhr „Top Service Unternehmen in Mainz“ als Marketingchance und Motivation für Ihr Unternehmen - Präsentation des Konzeptes.

Der Referent und die Mitarbeiter des Mainzer Wochenblattes stehen im Anschluss für persönliche Gespräche in gemütlicher Atmosphäre zur Verfügung.

Anmeldung:

Wenn Sie an dieser kostenfreien Veranstaltung teilnehmen möchten, melden Sie sich telefonisch unter 06131/485538 oder per E-Mail (mainzer-wochenblatt@vrm.de) bei uns bis zum 5. August 2011 an.



INTERVIEW

Servicegedanke wird hier groß geschrieben

Mainzer Wochenblatt im Gespräch mit Wirtschaftsdezernent Sitte über Service in Mainz

MAINZ (teg) – Mit einem Informationsabend des Mainzer Wochenblatts für Geschäftsinhaber fällt am Donnerstag, 11. August, 19 Uhr, der Startschuss für den Service-Wettbewerb „Top Service Unternehmen“ im Verlagshaus der Verlagsgruppe Rhein Main. Bis zur Veröffentlichung der Sonderbeilage „Top Service Unternehmen in Mainz“, die am 15. September dem Mainzer Wochenblatt beiliegen wird, begleitet das Wochenblatt das Thema Service redaktionell. Mit dem Wirtschaftsdezernenten der Stadt, Christopher Sitte, sprach das Wochenblatt über Service und die Kundenfreundlichkeit.

Frage: Herr Sitte, wie steht es um den Service in Mainz?

Sitte: Als für den Einzelhandel und Unternehmen in Mainz zuständiger Wirtschaftsdezernent führe ich viele Gespräche mit Menschen, von denen ich immer wieder erfahre, dass sie gerade wegen des guten Service gerne in Mainz einkaufen und mit Firmen Geschäfte machen.

Auch ich bin davon überzeugt, dass der Servicegedanke in Mainz groß geschrieben wird.

Frage: Und wie schätzen Sie den Mainzer Service im Vergleich zu anderen Städten ein?

Sitte: Die ganz besondere „Meenzer Art“ mit ihrer Freundlichkeit und Weltoffenheit kommt prima bei den Kunden an. Sie trägt ganz stark dazu bei, dass Einkaufen in Mainz positiv empfunden wird. Der Einzelhandel ist in Mainz über die Werbegemeinschaft und den Einzelhandelsverband hervorragend organisiert und belebt mit neuen Ideen das Angebot. Einkaufen soll in Mainz ein Erlebnis sein, daran arbeiten alle Beteiligten gemeinsam. Dieses gemeinsame Vorgehen bringt uns einen deutlichen Wettbewerbsvorteil.

Frage: Was ist für sie als Wirtschaftsdezernent der Stadt Mainz guter und was ist schlechter Service?

Sitte: Jeder Service ist dann gut, wenn er auf die Wünsche des Kunden eingeht. Das kann bedeuten, dass man einen Kunden intensiver berät, aber auch dass man spürt, wenn ein Kunde diesen Service nicht in vollem Umfang will. Schlechter Service ist für mich, wenn man zum Beispiel beim Einkaufen den Eindruck vermittelt bekommt, dass man als Kunde den Verkäufer eigentlich nur stört.

Frage: Welche Erwartungshaltung haben Sie an ein Geschäft, wenn Sie dieses als Kunde betreten?

Sitte: Ich möchte gefragt werden, ob man mir bei der Suche nach einem Produkt helfen kann. Ich möchte beraten, auf gute Angebote aufmerksam gemacht werden. Und ich möchte bei Rückfragen oder Reklamationen nach dem Kauf eines Produktes oder Inanspruchnahme einer Dienstleistung beim Unternehmen genau so freundlich und kompetent behandelt werden wie vor dem Geschäfts-

abschluss.

Frage: Welche Bedeutung erlangt Service für innerstädtische Geschäfte, wenn man an die Konkurrenz auf der „grünen Wiese“ denkt?

Sitte: Mit fachkundiger Beratung und persönlichem Kontakt können die innerstädtischen Geschäfte immer punkten. Die Kunden, die in der Innenstadt einkaufen, suchen oft das Einkaufserlebnis in der Innenstadt. Die „grüne Wiese“ deckt andere Kundenbedürfnisse ab. Die Geschäfte in der Innenstadt brauchen die Konkurrenz nicht zu scheuen.

Frage: Ihre Einschätzung der Aktion „Top Service Unternehmen in Mainz“?

Sitte: Ich bin überzeugt, dass eine große Anzahl Geschäfte und Unternehmen bei der Aktion mitmachen wird. Eine solche Aktion stärkt das Wir-Gefühl. Mainz hat etwas zu bieten, mit unseren Stärken zu werben macht uns attraktiver.

Wir sind dabei:

