

Beim „sexy“ Service sind die Kunden gefragt

VERANSTALTUNG Harlinger gibt im Jubiläumsjahr den Startschuss für die Service-Weltmeisterschaft im Harlingerland

Für Marketingexperte Norbert Beck steht fest: „Menschen kaufen Emotionen.“

VON MARION BUBOLZ

WITTMUND – „Service ist sexy“ – mit dieser leicht provokanten Aussage ist dem Geschäftsführer der Metatrain GmbH aus Neumarkt, Norbert Beck, von der ersten Minute an die Aufmerksamkeit seines geladenen Publikums gewiss. Das hat sich auf Einladung des Anzeiger für Harlingerland am Mittwochabend in den voll besetzten Vortragsraum der Sparkasse Wittmund eingefunden, um den Impulsvortrag zum Auftakt der Service-Weltmeisterschaft im Harlingerland zu lauschen. Und Impulse für ein erfolgreiches Marketing gab es für die Kaufleute, Dienstleister und Unternehmer genügend.

„Service ist sexy“ – und damit ist laut Beck nicht die Erotik gemeint, sondern die Attraktivität, mit der sich Firmen auseinandersetzen sollten. Wer sich die Frage stellt, was sein Unternehmen attrak-

tiv macht, sollte drei zentrale Methoden beherzigen, die zum Erfolg führen, weil sie Emotionen wecken. „Denn bis zu 80 Prozent aller Kaufentscheidungen werden vom sogenannten Emotionshirn, dem limbischen System, getroffen und nicht vom Großhirn, das ich Denkhirn nenne“, erklärt der Marketingexperte. Unternehmen die es schaffen, dass sich ihre Werbung ins Emotionshirn „frisst“, könnten sich sicher sein, dass ihre Produkte fast automatisch gekauft werden. Belege dafür serviert Beck seinem Publikum an diesem Abend mit kurzweiligen Werbeclips bekannter Marken, die er auf drei Teller anrichtet: Kaufknöpfe, Service-Innovationen und Sympathie.

Unter Kaufknöpfen, die jeder Mensch in sich trägt und die es mit richtiger Werbung anzuklicken gilt, versteht Beck die Faktoren Spaß, Macht und Sicherheit. „Wenn wir diese Knöpfe erwischen, wird irgendwann ein Kauf ausgelöst“, ist sich der Referent sicher. Allerdings sollte bei der Wahl der Werbung das unterschiedliche Kaufverhalten von



Referent Norbert Beck erklärt den Unterschied zwischen Denk- und Emotionshirn.

BILD: MARION BUBOLZ

Mann und Frau berücksichtigt werden. „Wir Männer sind von Macht getrieben und wollen jagen. Wir beurteilen ein Produkt nach drei Eigenschaften. Sind die erfüllt, wird gekauft. Frauen ticken da ganz

anders“, sagt er humorvoll. Für Frauen müsse ein Produkt mehr als sieben Eigenschaften erfüllen, weil sie auf Sicherheit setzten. Nach reiflicher Überlegung würden die meisten Frauen erst einen Tag

später kaufen. Falls bei einer Produktwerbung weder Macht noch Sicherheit ein Thema ist, so bleibt laut Beck noch der „Spaß-Knopf“, der bei Männern und Frauen gleich gut ankommt.

Mit Service-Innovationen meint Beck nicht unbedingt kostspielige Investitionen, sondern vielmehr kluge Innovationen. Wichtig sei, dass man sich als Unternehmen hervorhebt, um nicht austauschbar zu sein. „Ein zufriedener Kunde nützt uns nicht, wir brauchen begeisterte Kunden“, hebt er hervor.

Service-Weltmeister steigern außerdem ihren Sympathiewert und nicht ihren Bekanntheitsgrad. Sie geben ihren Kunden bei möglichst jeder Begegnung positive Emotionen und setzen auf Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung. Für Kunden sind das wichtige Merkmal für eine Kaufentscheidung. „Mit Freundlichkeit meine ich aber nicht ein Dauergrinsen“, mahnt Beck. Als wichtigen Gradmesser für Sympathie nennt er die Bereitschaft der Kunden, das Unternehmen weiterzuempfehlen.

SERVICE-WM

Der Harlinger organisiert in diesem Jahr anlässlich seines 150-jährigen Bestehens zahlreiche Aktionen, darunter in Kooperation mit der Sparkasse LeerWittmund die Service-WM. Die Teilnahme an dieser Aktion ist begrenzt. Die Service-WM möchte den Unternehmen Geschäftsmodelle und Erfolgsgeheimnisse für die Optimierung ihrer Serviceleistungen geben. Außerdem können bei dem Wettbewerb Leser und Kunden zur Verbesserung von Serviceleistungen beitragen, in dem sie per Voting-Karte, Anzeigencoupon oder im Internet drei Fragen beantworten. Die Auswertung der Firma Mediatrain ist anonym. Die besten Firmen erhalten auf der Abschlussveranstaltung am 5. Juli um 18 Uhr in der Residenz ein Zertifikat.