

UMGANG MIT KUNDEN

Service liegt regionalen Unternehmern am Herzen

Rund 130 Unternehmer und Verkäufer folgten bei der Auftaktveranstaltung der Service WM den Ausführungen des Marketingprofis Norbert Beck. Der Experte gab wertvolle Tipps, wie Geschäftsleute den Umgang mit ihren Kunden verbessern können. Wir haben einige von ihnen gefragt, was sie aus dem Vortrag mitnehmen.

Fotos/Text: Agnes Mayer



„Der Vortrag war sehr erfrischend. Auch weil der Referent das Publikum oft einbezogen hat. Vor allem die Oberbegriffe Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung sollte man sich im Tagesgeschehen öfter bewusst machen.“

Bernd Escher, Getränke Escher, Babenhausen



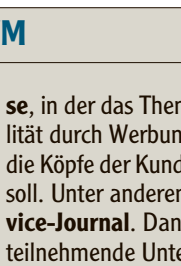
„Der Referent hat es wirklich geschafft, die Menschen zu so später Stunde noch für das Thema zu begeistern. Wir vom Modehaus Rimmele sind definitiv auf dem richtigen Weg, was Service angeht. Aber Verbesserungen sind immer möglich.“

Sybille Fischbach, Modehaus Rimmele, Illertissen



„Die Sichtweise auf das Thema Service war wirklich sehr interessant und gut verpackt. Vor allem den Aspekt mit den drei Kaufknöpfen werde ich persönlich für mein Unternehmen noch einmal hinterfragen.“

Alexander Mohn, Mohn Management, Neu-Ulm



„Wir legen im Unternehmen viel Wert darauf, uns auch im Service ständig weiterzubilden. Deswegen hat der Vortrag vieles wieder ins Gedächtnis gerufen. Man muss einfach immer am Ball bleiben.“

Katja Blum, Werner Blum GmbH, Weißenhorn

Ihr Ansprechpartner Unternehmen, die mehr über die Service WM wissen wollen oder mitmachen möchten, können sich an das Mediaterteam der Neu-Ulmer Zeitung wenden, Telefon 0731/70 71 40.

„Verkaufen Sie einer Frau niemals Schuhe“

Aktion *Neu-Ulmer* und *Illertisser Zeitung* starten die Service WM mit Expertenvortrag

VON AGNES MAYER

Vöhringen Es gibt ein chinesisches Sprichwort: Wer kein freundliches Lächeln hat, der sollte kein Geschäft aufmachen. Das dies stimmt, hat Marketingexperte Norbert Beck auch bei seinen zahlreichen Kundenbefragungen festgestellt. Schließlich nennen Verbraucher an erster Stelle „Freundlichkeit“ als entscheidendes Kriterium, ob sie sich bei einem Einkauf wohlfühlen. Damit sich das Geschäftsleute immer wieder bewusst machen, referierte Norbert Beck vor rund 130 Unternehmern und Verkäufern aus der Region bei der Auftaktveranstaltung der Service WM (*siehe Infokasten*) im Vöhringer Wolfgang-Eychmüller-Haus.

Nicht umsonst – denn Landrat Erich Josef Geßner sprach in seinen Grußworten von der immer noch existierenden „Service-Wüste Deutschland“, von langen Wartezeiten in Telefonschleifen und von unfreundlichen Bedienungen. Er stellte dabei die entscheidende Frage: „Wie werden wir zur erfrischenden Oase?“ Er selbst habe seinen Mitarbeitern immer wieder das Schlagwort „Bürgernähe“ bewusst gemacht. „Der Kunde ist König. Das darf nicht nur eine leere Floskel sein“, sagte Geßner, der die Schirmherrschaft für die Aktion übernimmt.

„Service ist sexy“: Referent gibt wertvolle Tipps

An diese Worte knüpfte schließlich Referent Norbert Beck an. Mit seinem Bruder Johann Beck hat er die Firma Metatrain gegründet. Zusammen haben sie im Rahmen der Service WM bereits 5000 Unternehmen begleitet und dabei über 100 000 Kundenmeinungen ausgewertet. Jetzt wollen sie den Geschäftsleuten in der Region helfen, ihr Unternehmen attraktiver zu machen. Bei seinem Vortrag „Service ist sexy“ gab Norbert Beck wertvolle Tipps, wie sich das praktisch umsetzen lässt.

Was sich laut Beck Unternehmer immer vor Augen führen sollten, sind die Emotionen der Käufer. Forschungen haben bewiesen: Über 90 Prozent der Kaufentscheidungen erfolgen unterbewusst. Daher rät Beck: „Verkaufen Sie keine Pro-



Mit den Fingern ein Fernrohr formen und durchgucken. So sieht er aus: Der typische Blickwinkel eines Mannes beim Einkaufen. Um das zu veranschaulichen, ließ Referent Norbert Beck die weiblichen Zuhörer im Saal eine kleine Übung absolvieren.

dukte, verkaufen sie Emotionen.“ In der Praxis heißt das zum Beispiel für einen Schuhhändler: „Verkaufen Sie einer Frau nie Schuhe – verkaufen Sie ihr hübsche Beine.“

Überhaupt seien die Geschlechter in ihrem Kaufverhalten sehr unterschiedlich. Während Männer oft nach dem Erstbesten aus dem Regal greifen, lassen sich Frauen Zeit und vergleichen die Angebote stärker. Aus Erfahrung weiß Norbert Beck jedoch: „Viele Verkäufer nehmen sich diese Zeit nicht und versuchen viel zu schnell ihre Ware an die Frau zu bringen.“

Die drei Kaufknöpfe sind Spaß, Macht und Sicherheit

Auch bei der Werbung ticken Frauen anders als Männer. Norbert Beck verdeutlicht das anhand der drei Kaufknöpfe – Spaß, Macht und Sicherheit. Bei Männern funktioniere der Machtknopf am besten, sie wollen anderen überlegen sein, sich mit einem Produkt aufwerten. Frauen reagieren am besten, wenn Werbemacher bei ihnen den Sicherheitsknopf drücken. Spaß dagegen spreche beide Geschlechter gut an. Norbert Beck rät daher, sich als Geschäftsmann genau zu überlegen,

welche Zielgruppe man mit seiner Werbung ansprechen will.

Im direkten Verkauf gelten ähnliche Regeln. Hier spricht Beck von Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung. So empfiehlt der Referent Blickkontakt mit dem Kunden aufzunehmen, ihn wenn möglich mit seinem Namen anzusprechen und anzulächeln. Vertrau-

en schaffe man durch eine fachlich kompetente Beratung. Mit einem kurzen Anruf nach dem Kauf können Geschäftsleute nachfragen, ob alles in Ordnung war – und gleichzeitig zeigen, dass ihnen etwas am Kunden liegt. Mit diesen Tipps können auch die Unternehmen aus der Region zum Service-Weltmeister werden.



Sie freuten sich über den gelungenen Start der Service WM: Von links: Landrat Erich Josef Geßner, Marketingprofi Norbert Beck und Johannes Brehm, Regionalleiter für die Neu-Ulmer und Illertisser Zeitung. Fotos: Katja Hirscher

So funktioniert die Service WM

Die **Service WM** der **Illertisser Zeitung** und **Neu-Ulmer Zeitung** findet ab sofort im Landkreis Neu-Ulm statt und ist in mehreren Modulen aufgebaut.

Eines davon ist die **Kundenbefragung**, durch die die Unternehmen herausfinden können, wie zufrieden ihre Kunden sind und an welchen Stellen nachgebessert werden muss. Hierfür wird durch die **Firma Metatrain** ein **Kunden-Beziehungs-Index** errechnet. Je höher der Index, desto loyaler sind die Kunden, desto besser sind auch die Beziehungen und die Wiederkaufwahrscheinlichkeit. Verknüpft wird die gesamte Aktion mit einer **zweimonatigen Werbepha-**

se, in der das Thema Service und Qualität durch Werbung nachhaltig in die Köpfe der Kunden gebracht werden soll. Unter anderem durch ein **Service-Journal**. Daneben erhält jedes teilnehmende Unternehmen bei Erreichen der Zertifizierungskriterien von mehr als 30 Stimmen und einem positiven Kunden-Beziehungs-Index das offizielle **Siegel** der Service-WM, mit dem es auch werben kann.