

# Gefühl entscheidet beim Kauf

**WIRTSCHAFT** Startschuss zur Service-WM der NWZ – Experte Norbert Beck gibt Tipps

Service-Weltmeister steigern ihren Sympathiewert. Norbert Beck gab Tipps, wie man das als Händler oder Dienstleister anstellen kann.

VON HANS BEGEROW

**VAREL** – Norbert Beck setzt hohe Maßstäbe: „Ein zufriedener Kunde nützt uns nichts. Wir brauchen begeisterte Kunden. Das sind unsere Stammkunden, davon leben wir“, sagt der Geschäftsführer der Metatrain GmbH (Neumarkt). Auf Einladung der Nordwest-Zeitung sprach der Unternehmer und Berater am Mittwochabend im Upstaltsboom Landhotel in Obenstrophe vor Kaufleuten, Dienstleistern und Unternehmern. Der Impulsvortrag war der Auftakt zur Service-WM in Friesland, die die Anzeigenabteilung der Nordwest-Zeitung organisiert.

## Anregender Vortrag

Bei der Service-WM geht es darum, die Kunden eine einfache Frage beantworten zu lassen. „Wie wahrscheinlich ist es, dass sie unser Unternehmen Freunden oder Kollegen weiterempfehlen?“ Aus den Antworten erstellt Firma Metatrain einen Index für jedes teilnehmende Unternehmen, das daraus seine Stärken und eventuellen Optimierungsbedarf ersehen kann. Neben Vertretern von 25 Firmen aus Friesland, die ihre Teilnahme bereits zugesagt haben, waren zahlreiche weitere Interessierte aus verschiedenen Branchen gekommen.

Sie erlebten einen anregenden und ansprechenden Vortrag des Experten aus Bayern, der zahlreiche praktische Tipps gab. Die Service-Weltmeister, so Experte Beck, steigern ihren Sympathiegrad. Sie setzen auf Freundlichkeit, das wichtigste Merkmal, das für Kunden bei der Kaufscheidung



Norbert Beck machte mit den Zuhörern den Getränketest: Beim Blindvergleich gibt es mehr Zustimmung zum nicht ganz so populären Produkt, beim bekannten Inhalt tendieren die meisten Konsumenten zum Markenprodukt.

BILD: HANS BEGEROW

eine Rolle spielt. „Aber nicht aufgesetzte Freundlichkeit mit Dauergrinsen.“

Der Blickkontakt ist wichtig, eine freundliche Beratung – und eine Verabschiedung, am besten mit dem Namen. Das zweitwichtigste Kriterium der serviceorientierten Unternehmen sei Vertrauen, das

dritt wichtigste Kriterium bei der Kundenentscheidung die Wertschätzung. Erst an vierter Stelle folgt das Kriterium Preis.

Die meisten Kaufentscheidungen fielen im Unterbewusstsein, erläuterte Beck. Dabei seien drei „Kaufknöpfe“ entscheidend. „Service-Welt-

meister“ sollten sich darauf einstellen, dass der Faktor Spaß, der Faktor Macht (ein Produkt verspricht Status und Reputation) und der Faktor Sicherheit bei einem Produkt die Kaufentscheidung anspricht. „Finden Sie heraus, welchen Kaufknopf Sie drücken müssen“, sagte Beck.

## LESER ENTSCHEIDEN ÜBER SIEGER

**Die Service-WM** soll den Unternehmen Tipps, Anregungen und Umsetzungswissen für die Optimierung ihrer Serviceleistungen geben. Der Wettbewerb gibt Lesern und Kunden zudem die Chance, selber zur Verbesserung der Serviceleistungen beizutragen.

In einer Beilage stellen

sich alle teilnehmenden Unternehmen am 4. April den NWZ-Lesern vor. Kunden des Unternehmens und Leser dürfen die teilnehmenden Geschäfte in der Zeit vom 1. März bis zum 20. April auf NWZonline.de und per Stimmzettel bewerten. Die Teilnehmer der Abstimmung können auch Preise gewinnen.

## Männer und Frauen

Er riet, sich auf das unterschiedliche Kaufverhalten von Männern und Frauen einzustellen. „Männer sind Minimierer beim Einkaufen“, verglich er deren Reaktion beim Einkauf mit einer Art Beuterverhalten. Frauen seien dagegen Maximierer, die sich niemals mit dem ersten Produkt zufrieden geben würden, sondern intensive Vergleiche anstellten.

-> NWZTV zeigt einen Beitrag unter [www.NWZonline.de/tv](http://www.NWZonline.de/tv)