

Meinung der Kunden ist wichtig

WIRTSCHAFT Startschuss zur Service-WM der NWZ – „Menschen kaufen Emotionen“



Vortrag zur Einstimmung: Norbert Beck referierte am Dienstagabend im Kulturzentrum PFL.

BILD: TOBIAS FRICK

Gut 100 Geschäftsleute informierten sich über den Wettbewerb. Unternehmensberater Norbert Beck stimmte die Besucher ein.

VON RAINER DEHMER

OLDENBURG – Geschäftsleute, die den Sympathiegrad ihres Unternehmens steigern wollen, müssen auf diese Merkmale achten: Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung. Auf die drei Punkte machte Unternehmensberater Norbert Beck am Dienstagabend die gut 100 Besucher im Kulturzentrum PFL aufmerksam.

In seinem Referat unter dem Motto „Service ist sexy“ stimmte er auf die Service-

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

WM der Nordwest-Zeitung ein. Bei dem Wettbewerb wird das Unternehmen mit der besten Serviceleistung in der Stadt gesucht.

„40 Unternehmen haben sich bereits angemeldet“, berichtete Torsten Hillje, Leiter

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.

NWZ-Verkaufsregion Oldenburg, bei der Begrüßung der Gäste.

Zusammen mit seinem Bruder Johann hat Norbert Beck die Service-WM vor fünf Jahren erfunden. Inzwischen stellten sich Unternehmen

aus rund 80 Regionen dem Wettbewerb, um die eigene Serviceleistung zu optimieren. Das Erfolgsgeheimnis seiner Strategie verrät Beck am Dienstagabend in seinem motivierenden Vortrag.

„Die Menschen kaufen Emotionen“, sagte er. Die Gefühlsebene müsse angesprochen werden. 70 bis 80 aller Kaufentscheidungen würden durch das Unterbewusstsein getroffen, so Beck, der sich dabei auf Ergebnisse aus der Hirnforschung bezog. Auch Düfte und Hintergrundmusik spielten eine Rolle. Mehrere Sinne sollten bei der Präsentation eines Produkts gleichzeitig beim Kunden angesprochen werden. Wichtig sei auch, bestehende Serviceleistungen offensiv zu kommunizieren. Dies alles steigere den Sympathiegrad des Geschäfts.