

„Emotionen entscheiden über den Kauf“

SERVICE-WM Unternehmen aus dem Rhein-Sieg-Kreis informierten sich über die große Aktion

Siegburg. „Service ist sexy!“ Das sagt einer, der es wissen muss: Johann Beck, Geschäftsführer der Agentur „Metatrain“ und Erfinder der Service-WM. Über 1000 Firmen pro Jahr trainiert er gemeinsam mit seinem Bruder Norbert auf Kundenfreundlichkeit. Denn der Service sei es, der kleinen und mittelständischen Unternehmen ein Alleinstellungsmerkmal verschaffen könne: „Hervorragender Service weckt Emotionen im Kunden – und die entscheiden zu 80 bis 90 Prozent über den Kauf!“

Wie der eigene Service von den Kunden eingeschätzt wird und wie man ihn auf Weltmeister-Niveau anheben kann – das wollen die Brüder jetzt auch den Unternehmen im Rhein-Sieg-Kreis nahe bringen. Zusammen mit der Zeitungsgruppe Köln haben sie die Service-WM in den Kreis geholt.

Firmen, die an der dreimonatigen Service-Kampagne und dem Wettbewerb um den Weltmeistertitel teilnehmen wollen, können sich noch bis zum 25. April bewerben (Siehe Infokasten). Bis zur Abschlussveranstaltung am 26. Juni winkt nicht nur eine Auswertung von Kundenbefragungen, sondern auch das Service-WM-Siegel. „Ein Matratzengeschäft, das damit im Briefkopf, auf Plakaten und Anzeigen geworben hat, konnte sich über 40 Prozent Kundenzuwachs freuen“, berichtete Stefan Hilscher, Verlagsgeschäftsführer der Zeitungsgruppe Köln, über Erfahrungen aus Rhein-Berg und Leverkusen.

Im Rhein-Sieg-Kreis läuft die Service-WM jetzt an. Bei der Auftaktveranstaltung am Dienstagabend im Siegburger Stadtmuseum waren bereits 100 Mitarbeiter von 58 so unterschiedlichen regionalen Unternehmen wie einer Bank, einer Metzgerei oder einer Apotheke gekommen, um von Service-Trainer Johann Beck Tipps, Tricks und Strategien zur Imageverbesserung zu bekommen. Kundenzufriedenheit, das sei das A und O, erläuterte er: „Schließlich soll der Kunde zurückkommen – nicht die Ware!“

Große Investitionen bräuchten

die Firmen, die ihren Kundenservice verbessern wollten, dabei gar nicht zu tätigen: „Es geht um Kleinigkeiten, um Ideen. Darum, dem Kunden das Gefühl zu geben, wertgeschätzt zu werden.“



Nur so könne ein kleines oder mittelständisches Unternehmen den Kampf gegen die Konkurrenz und vor allem auch Internetanbieter gewinnen: „Es muss emotional

so positiv aufgeladen sein, dass der Preis nicht mehr die entscheidende Rolle spielt“, erklärte Johann Beck. „Dabei prägt nichts das Bild eines Unternehmens so sehr wie die Mitarbeiter. Denn Menschen kaufen von Menschen.“ Lächeln, das sei die Devise, Freundlichkeit, Kompetenz und Wertschätzung die Grundvoraussetzungen. Und wenn man es dann noch schafft, die Kunden zu begeistern, dann ist der Service-Weltmeister-Titel zum Greifen nahe. „Das größte Lob ist es, wenn man von seinen Kunden weiter empfohlen wird.“ (ksta)

www.ksta.de/rsa-bilder



Die rund 100 Gäste der Auftaktveranstaltung waren begeistert.

Bis 25. April noch anmelden

Auftaktveranstaltung zur Service-WM verpasst? Kein Problem: Unternehmen aus Rhein-Sieg, die noch teilnehmen wollen, können sich bis zum 25. April anmelden.

Neben Umfrage-Tools wie Stimmzetteln und Service-WM-Box winkt den teilnehmenden Unternehmen ein umfangreiches Marketing-Paket sowie Strategie-Tipps von Norbert und Johann Beck zur Service-Verbesserung.

Bis zum 6. Juni können Kunden

über Ihre Service-Leistung abstimmen. Die Auswertung Ihrer Ergebnisse erhalten Sie im verschlossenen Umschlag. Jedes Unternehmen mit positiver Bewertung bekommt eine Urkunde mit Service-WM-Siegel. Die besten drei werden auf der Abschlussveranstaltung am 26. Juni gekürt.

Informationen und Anmeldung unter ☎ 02241/12 01 215 per E-Mail: gst-su@zggk.de oder im Internet unter ksta.de/rheinsieg-servicewm



Mit Witz und Power-Point: Johann Beck bei seinem Vortrag.



Sandra Zettel, Anzeigen-Teamleiterin Bonn/Rhein-Sieg, Verlagsleiter Stefan Hilscher und Service-WM-Erfinder Johann Beck BILDER: ZIMMERMANN