

Mit Sympathie bei Kunden punkten

„Wenn du kein freundliches Gesicht hast, darfst du kein Geschäft eröffnen“, sagt ein chinesisches Sprichwort. Um Begeisterung, Kundenfreundlichkeit, Denk- und Emotionshirn und ein kleines Band, das unser Verhalten sympathisch gestalten soll, ging es beim Smile-Watcher-Seminar unserer Service-WM.



Johann Beck hatte viele Beispiele parat, um seinen Zuhören beim Mitarbeiter-Seminar anschaulich zu vermitteln, wie Sympathie zu einem Erfolgsfaktor im Unternehmen werden kann. Foto: schinn

keit. Während das Denkhirn nur mit einer Kapazität von 50 Bit pro Sekunde arbeiten kann, rast das Emotionshirn mit einer Arbeitsgeschwindigkeit von elf Millionen Bit pro Sekunde“, erläutert Johann Beck und vergleicht dessen Arbeitsweise mit einem Autopiloten, der uns beim Umgang mit anderen Menschen lenkt. „Geben Sie dem

„Geben Sie dem Emotionshirn Ihrer Kunden positive Gefühle bei jeder Begegnung in Ihrem Unternehmen“

Johann Beck



Emotionshirn positive Gefühle und überlegen Sie, was Sie dem Kunden bieten können, was andere nicht tun, um ihn für sich zu begeistern. Immerhin beträgt der Kundenlebenswert in der Lebensmittelbranche gerechnet auf 25 Jahre bei einer Familie mit zwei Kindern 250000 Euro“, schildert Beck. „Jedes Team ist wie ein Orchester. Spielt es gut zusammen, bleiben die Kunden. Ein einziger Musiker kann aber auch den Klang eines Orchesters ruinieren.“

Weil Kommunikation nicht immer einfach erscheint, gab Beck auf

anschauliche Weise Tipps und sprach vom Chamäleoneffekt, um sich in Augenhöhe mit seinem Gegenüber unterhalten zu können. „Behandle den anderen so wie der andere behandelt werden möchte – und nicht wie uns eingepfiff – so wie du selbst behandelt werden möchtest“, sagte er. Und sollte ein Kunde mal aufbrausend ins Geschäft kommen,

dann könne der Mitarbeiter mit der Beruhigungsspiel „Lob“ die Situation für sich entscheiden, denn schon Sigmund Freud sagte: „Gegen einen Angriff kann man sich wehren, gegen Lob ist man machtlos.“

Lob sei aber auch für die Mitarbeiter Schokolade fürs Gehirn. „Sie alle sind als Sieger geboren, denn Sie sind neun Monate vor Ihrer Geburt das größte Rennen Ihres Lebens gelaufen und haben gegen 300 Millionen Mitbewerber gewonnen“, schmunzelte Beck. „Doch im Laufe des Lebens haben wir alle ein Lobdefizit, weil bei

reits in der Schulzeit nur nach unseren Fehlern gesucht wird. Wenn es kein anderer tut, sollten wir uns selbst loben und damit auch unsere Energiereserven wieder auffüllen“, so Beck.

Im Smile-Watcher-Seminar ging es um sympathisches Auftreten gegenüber Kunden und wie man es trainieren kann, um es als Erfolgsfaktor bewusst einzusetzen. Was aber tun, wenn einem in zwischenmenschlichen Beziehungen unsympathische Verhaltensgedanken in den Kopf schießen? „Dabei hilft uns vor allem ein Trainingsgerät, das Smile-Watcher-Band“, sagte Beck und forderte

alle auf, es um das Handgelenk zu legen. „Wenn Sie merken, dass Sie sich unsympathisch verhalten, dann wechseln Sie das Band von einem Handgelenk auf das andere. Ziel ist es, das Band möglichst lange nicht wechseln zu müssen. Trainingszeit ist vier Wochen. Wer sich bewusst dafür entscheidet, kann unsympathische Verhaltensprogramme verändern oder löschen. Wichtigste Voraussetzung für den Trainingserfolg: Sie müssen es wirklich wollen! Schon nach fünf Tagen ist Ihr Gehirn super trainiert und Sie haben es besser im Griff. Und wer Positives hinaus-schickt, bekommt es zurück“, sagte Beck, der sich vieles von Mentaltrainern im Sport abgeschaut habe.

Nach der Schulung der Mitarbeiter werden in den nächsten Tagen in den Geschäften und Filialen der Unternehmen, die sich an der Service-WM beteiligen, Plakate aufgehängt, Vottingboxen aufgestellt und die Bewertungskarten ausgeteilt. Abgestimmt werden kann aber auch per Internet. In einer Beilage, die am 17. November erscheint, stellen sich die Unternehmen mit ihren Leistungen den vogtländischen Kunden vor.

Weiterer Ablauf der Service-WM

Die Service-WM des Vogtland-Anzeigers startete am 26. September mit einem Vortrag vor Händlern, Dienstleistern, Gastronomen oder Mittelständlern – eben allen, denen Kundenfreundlichkeit am Herzen liegen müsste. Nach der Schulung der Mitarbeiter und der Service-Beilage am 17. November in unserer Zeitung, in der sich alle teilnehmenden Unternehmen vorstellen, beginnt die heiße Phase der Service-WM, nämlich die Kundenbefragung, die bis zum 15. Dezember läuft. Dazu werden in

den Geschäften Vottingboxen aufgestellt und Bewertungskarten ausgeteilt. Abgestimmt werden kann auch per Internet. Wichtig sind mindestens 30 abgegebene Stimmen pro Unternehmen, das damit in die Auswertung des Wettbewerbes kommt. Errechnet wird daraus ein Kunden-Beziehungs-Index, der vertraulich behandelt wird. Es winkt ein Service-Siegel, mit dem die Unternehmen werben können. Das Zertifikat wird beim Neujahrsempfang des Vogtland-Anzeigers überreicht.

Mehr zur Service-WM des Vogtland-Anzeigers erfahren Sie auch im Internet: www.vogtland-anzeiger.de



hann Beck, der Erfinder der Service-WM, stand seinem Bruder Norbert Beck, der Ende September den Startschuss für den Wettbewerb im Vogtland gab, mit seinem interessanten und unterhaltenden Vortrag in nichts nach. Beide sind Geschäftsführer der Metatrain GmbH aus Neumark, die in sechs Jahren bereits in 80 Regionen in Deutschland und Österreich Service-Weltmeister suchte und dabei jährlich 100000 Kundenbefragungen auswertet.

„Unser Emotionshirn bestimmt zu fast 90 Prozent unser Verhalten. Dabei sitzt dieses im Unterbewusstsein. Das heißt, dass wir mit unserem Verstand nur bei einem kleinen Teil unserer Entscheidungen wirklich beteiligt sind. Die drei Chefs im Emotionshirn sind das Lust-, das Macht- und das Sicherheitsmotiv – und sie arbeiten in rasender Geschwindigkeit