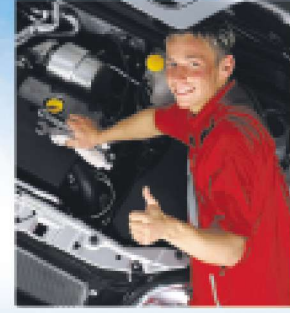
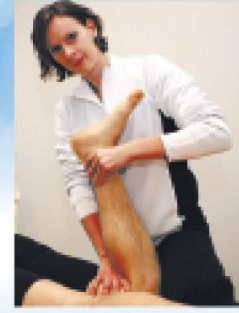




# Top Service Unternehmen

in Wiesbaden



„Präsentieren auch Sie Ihre Firma in der Kampagne!“

## Zusammen in die Serviceoffensive

Gemeinsame Kampagne vom Wiesbadener Wochenblatt und METATRAN ist gestartet

► FORTSETZUNG VON SEITE 1

Kaufentscheidungen der Kunden werden vom Unterbewusstsein getroffen – dies sei für die Unternehmer wichtig zu wissen. „Was ist zwischen den Ohren?“ Die Entscheidung für oder gegen ein Produkt seien in 80 Prozent der Fälle emotionale Entscheidungen, hier gelte es, den sogenannten Kaufautomatikspeicher im Emotionshirn der Kunden anzusprechen.

### „Service ist attraktiv“

„Service ist sexy – das heißt, Service ist attraktiv“.

Was Unternehmen attraktiv macht bezeichnet Beck in kurzen Worten. „Serviceweltmeister begegnen ihren Kunden mit ihrem Unternehmen und schenken ihnen damit positive Emotionen“.

Die Strategie dabei sei, die drei wichtigsten Begegnungspunkte der Schlüsselemente, die das Kundenkaufverhalten beeinflussen, zu beachten und dies sind laut Beck Spaß, Macht und Sicherheit.

Die Steigerung des Sympathiegrades sei oft wichtiger, als die Steigerung des Bekanntheitsgrades. „Menschen kaufen von Menschen – das können Neue Medien nicht ersetzen – gefragt ist bei den Kunden eine echte



Das kompetente Wochenblatt-Team mit dem Marketing-Experten Norbert Beck (rechts).

Fotos: Schwarz

und ehrliche Kommunikation.“

### Wertschätzung des Kunden

Die weltweit drei wichtigsten Gründe, für die Weiterempfehlung eines Unternehmens sind laut Beck Freundlichkeit, Wertschätzung und Vertrauen gegenüber den Kunden.

Im Anschluss an den Vortrag stellte Beck die Service-Kampagne detailliert vor.

Alle teilnehmenden Firmen er-

halten zahlreiche Bewertungskarten, die im Laden ausgelegt oder bei Außendienstbesuchen ausgehändigt werden.

Ebenfalls ist eine Bewertung via Internet unter [www.top-service-unternehmen.de/wiesbaden](http://www.top-service-unternehmen.de/wiesbaden) und im Servicejournal am 25. Oktober möglich.

Ob man die jeweilige Firma Freunden weiterempfehlen würde oder eher nicht, lässt sich dort auf einer Skala zwischen 0

und 10 ankreuzen. Daraus errechnet sich nach Auswertung der Kundenbeziehungsindex – wie Beck betonte, wird bei der Auswertung der Karten im Rechenzentrum in Regensburg sehr großen Wert auf Datenschutz gelegt.

Denn wer als Kunde an dem parallelen Gewinnspiel teilnehmen möchte, muss naturgemäß seinen Namen und seine Anschrift auf der Karte vermerken, kann

das aber auch getrennt voneinander tun. Die Umfrage an sich bleibt anonym.

### Anonyme Auswertungen

Das Marketingpaket enthält außerdem eine Box für die Karten, Plakate sowie eine Einladung für drei Personen, für das Seminar „Smile-Watcher“, bei dem die jeweiligen anonymen Auswertungen in einem Um-schlag sowie die Teilnahme-siegel an die Unternehmen übergeben werden.

„Die dreimonatige Kampagne hat nachhaltige Werbewirksamkeit für die teilnehmenden Unternehmen“, so Beck – denn die Präsentation von Service und kundenorientiertem Handeln prägt sich in die Erinnerung der Kunden.

### Teilnahme möglich bis 12. Oktober

Wer an dem Auftakt-abend nicht dabei sein konnte und/oder sich noch nicht für „Top Service Unternehmen in Wiesbaden“ angemeldet hat, hat noch bis 12. Oktober die Möglichkeit dazu.



### KONTAKT

Anmeldung und Information unter Tel. 0611 / 3555359 oder per E-Mail: [wiesbadener.wochenblatt@vrm.de](mailto:wiesbadener.wochenblatt@vrm.de)

### BILDERGALERIE

Weitere Fotos der Auftaktveranstaltung finden Sie unter [www.facebook.de/rhein-main-wochenblatt](http://www.facebook.de/rhein-main-wochenblatt)

GESCHENK



an alle Geschäftsleute in Wiesbaden im Rahmen der Kampagne Top-Service-Unternehmen:

Je ein Kapitel als PDF aus den Büchern: „Service ist sexy“ und „Hirnlos verkaufen war gestern“

[www.spitzenreferenten.de/buecher](http://www.spitzenreferenten.de/buecher)



Der Vortrag von Norbert Beck gestaltete sich informativ und mitreißend. Foto: Schwarz



Norbert Beck erläuterte eingehend die Wege zum Erfolg. Foto: Schwarz



Freundlicher Empfang der Gäste im Pressehaus. Foto: Schwarz

Wir sind bereits dabei:

Informieren Sie sich über unsere crossmediale Werbekampagne unter Tel. 06 11/3555359 oder per E-Mail unter [wiesbadener.wochenblatt@vrm.de](mailto:wiesbadener.wochenblatt@vrm.de)