



Top Service Unternehmen

in Wiesbaden



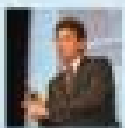
„Präsentieren auch Sie Ihre Firma in der Kampagne!“

Das Wiesbadener Wochenblatt lädt alle Geschäfts- und Firmeninhaber aus Wiesbaden zu einem kostenfreien Vortragsabend zum Auftakt der Kampagne „Top Service Unternehmen in Wiesbaden“ ein.

Wann? Mittwoch, 22. August 2012, ab 19.00 Uhr

Wo? Pressehaus Wiesbaden, Foyer

19.00 Uhr Sektempfang und Begrüßung

19.30 Uhr  Impuls-Vortrag „Service ist sexy“ mit Referent Norbert Beck. Herr Beck ist Experte für Emotions-Marketing und einer der renommiertesten Vortragsredner zum Thema „Service“.

20.30 Uhr „Top Service Unternehmen in Wiesbaden“ als Marketingchance und Motivation für Unternehmen - Präsentation des Konzepts. Der Referent und die Mitarbeiter des Wiesbadener Wochenblatts stehen im Anschluss für persönliche Gespräche in gemütlicher Atmosphäre zur Verfügung.

Anmeldung:

Wenn Sie an dieser kostenfreien Veranstaltung teilnehmen möchten, melden Sie sich telefonisch unter 06 11 / 3 55 53 59 oder per Mail (wiesbadener.wochenblatt@vrm.de) bei uns bis zum 17. August 2012 an.

Kundenservice auf dem Prüfstand

Wochenblatt-Geschäftsstellenleiterin Sabine Gilbert stellt in der Galeria Kaufhof die Service-Kampagne vor

WIESBADEN (red) – Mit einem kostenlosen Informationsabend des Wiesbadener Wochenblatts für Wiesbadener Geschäftsinhaber fällt am Mittwoch, 22. August, 19 Uhr, der Startschuss für den Service-Wettbewerb „Top Service Unternehmen“ im Foyer des Pressehauses in der Langgasse 21.

Top Service Unternehmen ist eine nachhaltige Service-Kampagne, die über mehrere Wochen in der Öffentlichkeit das Thema „Service“ aufgreift. Beteiligten Unternehmen bietet sie eine erstklassige Werbepattform mit einem einmaligen Cross-Medialen-Marketing-Paket. Denn in der am 25. Oktober erscheinenden Sonderbeilage des Wochenblatts haben sie die Möglichkeit, sich werbewirksam zu präsentieren und ihre besonderen Serviceleistungen herauszustellen. Mit der späteren Auswertung der ab diesem Zeitpunkt startenden Kundenbefragung erhalten sie informative Einblicke aus denen sie ihre Stärken und Optimierungsmöglichkeiten ablesen können. Kritik, Anregung, Lob, was überwiegt?

Eines der Unternehmen, die sich dem Service-Wettbewerb in Wiesbaden stellen werden, ist auch Galeria Kaufhof. Die Kombination aus Werbeauftritt und ehrlicher Bewertung hat Geschäftsführer Karsten Sinnig überzeugt und natürlich findet auch er die Frage spannend: „Wie werden wir von unseren Kunden gesehen und wie zufrieden sind unsere Kunden bei Gale-



Karsten Sinnig und Sabine Gilbert informieren die Mitarbeiter über die Service-Kampagne

Foto: la

ria Kaufhof mit unserem Service?“ Spricht man von Service, fällt besonders den Mitarbeitern eines Unternehmens eine zentrale Rolle zu. Wie sie auf die Kunden zugehen, sie beraten, ihnen weiterhelfen ist oft neben einem guten Warenangebot, allgemeinen Serviceleistungen entscheidend bei der Kundenbindung. Umso wichtiger ist es die Mitarbeiter mit einzubeziehen. So hatte der Galeria Kaufhof-Geschäftsführer, Karsten Sinnig, im Rahmen des regelmäßig jeden Samstag – bevor sich die Türen der Galeria Kaufhof öffnen - stattfindenden Jour fixe, bei dem sich Mitarbeiter und Geschäftsführer austauschen und

Aktuelles besprechen, Sabine Gilbert eingeladen. Die Geschäftsstellenleiterin des Wiesbadener Wochenblatts erläuterte Sinn und Zweck und Ablauf des Service-Wettbewerbs. Da die Kampagne den größten Effekt erzielt, wenn möglichst viele Rückmeldungen von Kunden erfolgen, sind auch hier die Mitarbeiter gefragt, um die Kunden zum Mitmachen zu motivieren. „Die Bewertung kann mittels eines Coupons abgegeben werden, den wir auch in der Sonderbeilage mit abdrucken, gleichzeitig kann auch auf einer speziellen Internetseite ein Voting online abgegeben werden,“ erklärt Sabine Gilbert den allgemeinen Ablauf.

„Zusätzlich werden wir schon Ende September an allen Kassen eine Bewertungsbox aufstellen und die dazugehörigen Bewertungskarten auslegen. Um für die Kunden einen zusätzlichen Anreiz zu schaffen, eine Bewertung abzugeben, verlosen wir unter allen teilnehmenden Personen eine hochwertige Reise und verschiedene Sachpreise. Falls jemand die Karten anonym ausfüllen möchten, ist das auch kein Problem. Die Karten sind im unteren Abschnitt perforiert und können somit getrennt von den Adressdaten und der Bewertung eingeworfen werden. Ende der Kampagne wird Ende November sein.

Wir sind bereits dabei:

Logos included in the banner:

- HUK-COBURG Aus Tradition günstig
- Ingenieur-Büro Gelbe + Kollegen
- tüfa team
- schuh schaefer
- RADIO-KNÖS
- EURONICS
- SPORT HAAS INTERSPORT GRUPPE
- inlingua
- Autobars Maese
- NISSAN
- PRAXIS FACHINGER
- Office on the Spot
- Klein Backen mit Leib und Seele
- Hainstyling by Gabriele Krätzer
- LuisenForum
- Jack Wolfskin
- finanzwege.com
- QUICK REIFENDISCOUNT
- GALERIA KAUFHOF
- Reisebüro Hainmann
- krumpholz Trauringe
- Schuhhaus müller
- KAMERA
- Gab. Kirm Bäckerei - Konditorei
- BUEMCHER
- Praxis für Lymphdrainage/ Massagepraxis Andrea Schäfer
- INVISIO Contactlinsen GmbH