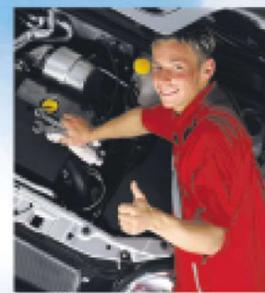




Top Service Unternehmen

in Wiesbaden



„Präsentieren auch Sie Ihre Firma in der Kampagne!“

INTERVIEW

Mehr Kompetenz und Selbstbewusstsein im Service“

Das Wiesbadener Wochenblatt im Gespräch mit Anton Kroll, Center-Manager des LuisenForum

WIESBADEN (red) – „Top Service Unternehmen“ in Wiesbaden – mit der Sonderbeilage am 25. Oktober präsentieren sich die beteiligten lokalen Unternehmen im Wiesbadener Wochenblatt.

Bis dahin greifen wir das Thema Service auch weiterhin immer wieder redaktionell auf, in dieser Woche im Gespräch mit Anton Kroll, Center-Manager LuisenForum in Wiesbaden.

Frage: Herr Kroll, wie steht es um den Service in Wiesbaden?

Kroll: Service ist unentbehrlich. Bei Produkten, die immer vergleichbarer werden, ist gerade der Service ein relevantes Unterscheidungsmerkmal. Und das haben zum Glück die meisten Unternehmen in Wiesbaden erkannt. Es

kann nicht sein, dass Kunden das Gefühl haben, sich entschuldigen zu müssen, wenn sie im Geschäft eine Frage haben oder einen Mitarbeiter ansprechen.

Frage: Wie schätzen Sie den Wiesbadener Service im Vergleich zu anderen Städten in Deutschland ein?

Kroll: Meiner Meinung nach ist das Thema Service nicht speziell ein Wiesbadener Thema, sondern hat eine größere Bedeutung in ganz Deutschland bekommen. Wiesbaden hat allerdings ein Potenzial, das noch besser genutzt werden könnte. Wir müssen eine auffällige, markante Geschäftswelt präsentieren können. Da ist Wiesbaden aber auf einem guten Weg, es wird sehr viel getan. Wiesbaden ist ein attraktiver Standort.

Frage: Was ist für Sie als Center-Manager im LuisenForum guter und was ist schlechter Service?

Kroll: Guter Service bedeutet für mich, dass man sich mit dem Kundenproblem beschäftigt und eine Lösung sucht.

Da stehen ganz klar die Kundenbedürfnisse im Vordergrund. Beim schlechten Service fehlt oft die Lösung als Ziel, allerdings aus unterschiedlichen Gründen. Auf der einen Seite ist die qualifizierte Ausbildung die Voraussetzung zur Beratungskompetenz, aber genau so wichtig ist das Selbstbewusstsein. Die Beratung auf gleicher Augenhöhe bringt Kunden und Verkäufern oder Dienstleistern gleichermaßen Spaß.

Frage: Welche Erwartungshaltung haben Sie als Kunde?



Anton Kroll.

Foto: Born

Kroll: Als Kunde habe ich ein Bedürfnis und ich möchte, dass mir eine Lösung angeboten wird. Dabei will ich die Lust am Kaufen natürlich nicht verlieren. Wenn ich merke, dass der Verkäufer oder Berater

mein Problem zu seinem Problem macht und eine Lösung mit Herzblut sucht, dann weiß ich, dass ich in guten Händen bin, Lösungen sollten einfach sein. Auch komplizierte Dinge kann man einfach erklären, auf das Bedürfnis des Kunden zugeschnitten.

Frage: Welche Bedeutung erlangt Service für innerstädtische Geschäfte, wenn man an die Konkurrenz auf der „grünen Wiese“ denkt?

Kroll: Für mich steht der Mensch im Mittelpunkt. Das ist in den Innenstädten den Kunden sehr gut zu präsentieren. Das Einkaufen mit persönlichen Kontakten ist eine Bereicherung, die kompetente Beratung und Befriedigung der Kundenwünsche individuell zu realisieren. Eine sinnvolle und vernünftige Be-

spassung des Kunden ist ebenfalls möglich. Einen Vorteil bieten die Geschäfte auf der „grünen Wiese“ allerdings häufig, an dem wir in der Innenstadt noch arbeiten – die einheitlichen Geschäftszeiten. Da ist die Innenstadtkultur noch nicht optimal.

Frage: Ihre Einschätzung der Aktion „Top Service Unternehmen in Wiesbaden“?

Kroll: Das Thema Top Service Unternehmen trifft genau den Trend. Das Thema ist so wichtig, da ist es wertvoll, dass es Bewusst gemacht wird. Eine tolle Maßnahme mit professionellem Management – das ist ausschließlich zu loben. Da können die Händler profitieren. So kann man sich mit dem Ist- und Wunsch-Zustand beschäftigen und klare Ziele formulieren.

Wir sind bereits dabei: