

AUFTAKT-VERANSTALTUNG

Guter Service ist ein Gefühl

Vor vollem Haus erklärt Autor und Marketing-Experte Norbert Beck, wie sexy Service ist – es braucht nur Mut und vielleicht ein bisschen Käsekuchen-Spray



Marketing-Experte Norbert Beck machte es vor: Der aufgeschlossene und freundliche Kundenkontakt ist der Schlüssel zum Erfolg.

Was die rund 150 Teilnehmer des Berliner Verlags geboten bekamen, war ein rhetorisches Feuerwerk. Gezündet wurde es von „Service WM“-Erfinder und Marketing-Experte Norbert Beck. Berliner Zeitung und Berliner Abendblatt hatten Händler und Dienstleister zum „Service-Check“ gebeten. Die Aktion soll die lokale Wirtschaft unterstützen und helfen, Umsätze vor Ort zu halten. Becks Botschaft an das Who-is-Who der Pankower Unternehmer: „Service ist sexy.“ Denn es sind die Emotionen die im Verkauf entscheiden. Service-Guru Beck erklärt das stets

mit viel wissenschaftlicher Expertise gewürzt mit einer großen Prise Humor. Den richtigen Dreh für erfolgreichen Kundenkontakt vermittelte er mit Leichtigkeit.

Für Umsatzsteigerungen reichen heutzutage die Produktqualität und der eigene Bekanntheitsgrad nicht mehr aus. Die entscheidende Frage im Einzelhandel lautet: „Wie sympathisch sind wir den Kunden“, formuliert Beck. „Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung sind die wichtigsten Faktoren für zufriedene Kunden.“ Und Vorteile in der Gunst von Konsumenten erreichen Unter-

nehmen, wenn sie sich auf mutiges Marketing einlassen. Aus der Masse herausstechen und die wesentlichen Emotionen für die Kaufentscheidung ansprechen. Denn: Die meisten Kaufentscheidungen werden im Unterbewusstsein gefällt.

Lebensgefühl verkaufen

Soll der Kunde begeistert werden, muss auf das richtige Gefühl gezielt werden. Produktinformationen sind da manchmal Nebensache. Die Motorrad-Marke Harley Davidson zum Beispiel erzielte den größten Umsatz, indem sie sich darauf konzentrierte, ein Lebensgefühl zu verkaufen, den Traum von Freiheit, so Beck. Er rät dem lokalen Handel: Erfolgreiche Strategien anderer Branchen

Schirmherr und Pankows Bezirksbürgermeister Matthias Köhne (l.) stand in regem Austausch mit den lokalen Unternehmern nach dem Vortrag.

zu übernehmen. Ein einfacher aber wirksamer Schlüssel zum Erfolg.

Wer den eigenen Service gezielt auf die Emotionen ausrichtet, steigert den Umsatz. Da spielen die menschlichen Sinnesorgane eine wesentliche Rolle – darunter das Auge die Hauptrolle. Unterschätzt werde aber die Nase, verrät der Experte. Als einziges Sinnesorgan hat sie eine direkte Verbindung in das Emotions-Zentrum unseres Hirns. Autohersteller nutzen das und designen schon lange professionell Duftmarken für ihre Neuwagen. Auch Schuhhersteller bestäuben die Ware mit Duftnoten. Warum soll das nicht auch bei anderen Händlern funktionieren? In Amerika sei ein Spray mit Käsekuchen-Aroma in Verkaufsräumen für Küchenmöbel sehr erfolgreich, so Beck. Der Cheese-Cake-Duft wird behutsam und maschinell gleichmäßig im Ver-

» Geiz ist schon lange nicht mehr geil. Emotionen sind wichtig. «

kaufsraum versprüht. Die nachweisbare Steigerung des Umsatzes gebe den Anwendern recht. Norbert Beck: „Seien Sie mutig, probieren Sie neue Sachen aus.“

Aber neben all den kleinen Kniffen ist aus Sicht des Profis eines grundlegend: Frauen und Männer ticken völlig unterschiedlich. Während Frauen immer noch nach einer besseren Alternative Ausschau halten, neigen Männer eher dazu entschlossen die Beute zu reißen. „Wenn Sie einen Mann zu lange beraten, sucht er verunsichert das Weiße“, mahnt Beck. Und beim Mar-

keting gibt es eine klare Priorität: Frauen sind an 80 Prozent aller Kaufentscheidungen beteiligt, ob bei der Wohnungseinrichtung oder beim Neuwagen. Werbung, die das berücksichtige, sei der richtige Weg.

Bürgermeister freut sich

Pankows Bezirksbürgermeister und Schirmherr Matthias Köhne (SPD) wusste geschickt sein eigenes Metier ins Verhältnis zu setzen. „Wir haben in der Verwaltung zwar das Monopol, die Leute müssen schließlich für ihren neuen Ausweis zu uns kommen“, so Köhne. „Das heißt aber nicht, dass wir im Bezirksamt nicht auch unseren Service verbessern können.“ Der Bürgermeister freute sich, dass so viele Firmen-Chefs und Unternehmer zu der Auftaktveranstaltung gekommen waren. Im Namen der Pankower rief er zu einer regen Beteiligung am Service-Check auf.

RANGLISTE Die wichtigsten Eigenschaften

Norbert Beck wertete während der Service-WM mehr als 500.000 Kundenbefragungen aus und glich sie mit Ergebnissen früherer Studien ab. Dabei erstellte er eine Rangliste der wichtigsten Eigenschaften, die ein Unternehmen haben muss. Geiz ist eben nicht mehr geil.

» Seit Jahren steht die Freundlichkeit eines Unternehmens ganz oben in der Konsumentengunst. Die Ansprache des Kunden ist das Wichtigste. Sie entscheidet zusammen mit dem richtigen Marketing über die Sympathie einer Firma.

» Danach folgt das Vertrauen. Seit der Finanzkrise steht dieser Wert wieder ganz hoch im Kurs bei den Kunden.

» Der Kunde möchte auch König sein. Entsprechend steht die Wertschätzung auf Platz drei bei der Zufriedenheit mit einem Unternehmen.

» Erst an vierter Stelle steht der Preis. Der muss eben nicht mehr bedingungslos günstig sein.

WICHTIGE INFORMATIONEN

Wer beim Service-Check mitmachen möchte, erhält weitere Informationen unter:

☎ 030 23 27 - 51 18

🌐 service-check@berliner-verlag.de

Berliner Zeitung
 BERLINER
Abendblatt

