

Alles echte Service-Meister

WAZ-Kampagne endet mit positivem Feedback. Gladbecker Unternehmer nahmen ihre Zertifikate in Empfang und bekamen noch viele Tipps obendrein

Von Maria Lüning

Haben die Verkäufer ein Lächeln im Gesicht? Fühlen die Kunden sich wohl? Bekommen sie auch mal ungefragt ein Extra-Bonbon? Wer darauf mit ja antwortet, weiß im wesentlichen schon, was guten Service ausmacht. Und eigentlich brauchen die Gladbecker Betriebe in dieser Hinsicht kaum Nachhilfe, zumindest nicht die 20, die bei der WAZ-Service-Meisterschaft mitgemacht haben. Sie sind alle schon (fast) Meister, ergab die Befragung von fast 1000 Kunden. Und so konnten die Teilnehmer der Aktion am Ende ein positives Ergebnis mit nach Hause nehmen, erhielten dazu noch ein Service-Zertifikat obendrauf. Wer wie gut bewertet wurde, das blieb allerdings auch am Abschlussabend im Hotel van der Valk top secret und im verschlossenen Umschlag.

Am Ende sind alle Gewinner

Bei dieser Meisterschaft ging es ja nicht darum, einen Gewinner zu ermitteln, sondern darum, in Sachen Service hinzu zu lernen, um noch besser zu werden. So sind am Ende alle Gewinner. „Der Handel ist für die Stadt eine wichtige Größe“, betonte Bürgermeister Ulrich Roland.

Die strahlenden Mienen der Teilnehmer am Abschlussabend, sie hatten noch einen weiteren Grund: Der hieß Johann Beck, ist einer der beiden Geschäftsführer der Firma Metatrain, die in der Kampagne mit der WAZ kooperierte. Sein Geschäft ist es, Unternehmen und Mitarbeitern zu erklären, was guten Service ausmacht und was Unternehmen tun können, damit sie ihrem Hauptkonkurrenten ein Schnippchen schlagen: Das Internet kann nicht lächeln, kann Kunden nicht persönlich und ausführlich beraten, ist nicht innovativ und zeigt keine Präsenz vor Ort.

Becks Botschaften

1 Kaufentscheidungen werden zu 90 Prozent über Emotionen getroffen, in seltenen Fällen entscheidet der Verstand. Bei Langeweile geht der Kunde fremd.

2 Gib deinem Kunden positive Emotionen bei jeder Begegnung mit deinem Unternehmen. Kleine Zusatzleistungen erhalten die Freundschaft. Wer Erwartungen erfüllt und Kunden dazu noch begeistert, wird weiter empfohlen. Und wer lächelt, gewinnt immer. Chinesische Weisheit: Wer kein freundliches Gesicht hat, sollte kein Geschäft eröffnen.

3 Mut gehört zum Geschäft. Auch kleine Unternehmen können innovativ sein und damit



Alle Arme ... fliegen hoch. Das ist kein Kinderspiel, sondern ein Stimmungsmacher, lernten die Service-Meister FOTO: JUNG

Erfolg haben. Beispiel: Spielwarengeschäft lud zum Männerabend ein und landete einen Umsatz-Volltreffer. Churchill: „Man kann mehrmals hinfallen. Erfolg ist, einmal mehr aufzustehen“.

4 Das Gehirn immer wieder positiv aufladen. Den Energiespeicher täglich mit positiven Dingen füllen und sich selbst mal loben. Gilt auch für Mitarbeiter: Erwische Menschen, wenn sie gut sind (und sag's ihnen). Marc Aurel:

„Das Glück Deines Lebens hängt von der Beschaffenheit deiner Gedanken ab.“

5 Im Konfliktfall: Souverän bleiben, die eigenen negativen Emotionen unterdrücken, den Verstand einschalten und den verärgerten oder aggressiven Kunden überraschen: „Gut, dass Sie gleich gekommen sind.“ Aussichtslose Fälle (4 - 5 %) abhaken und zum Wettbewerber schicken. Die kosten sonst zu viel Energie.



Eigentlich weiß man das alles ...

... aber eine Auffrischung tut ganz gut. Positives Fazit der Teilnehmer

Im September vergangenen Jahres war die Service-Meisterschaft der WAZ in Gladbeck mit einer Auftaktveranstaltung gestartet, zu der viele Unternehmen der Stadt eingeladen waren. Wer sich zum Mitmachen entschied, erhielt ein rundes Paket: Neben vielen Tipps und der Auswertung der Kundenbefragung von den Brüdern Beck (Firma Metatrain) gab es auch die Präsentation des Betriebes in einer WAZ-Service-Beilage. Am Abschlussabend zogen die Teilnehmer bei gemeinsamem Essen ein positives Fazit. Auch die Service-Botschaften der Beck-Brüder kamen gut an. „Eigentlich weiß man das alles“, so die Gladbecker Firmenchefs, „aber es ist gut, daran erinnert zu werden.“

Die Teilnehmer:

Die Delphin-Apotheke und die Elefanten-Apotheke; der Blumen-

handel Risse; das Autohaus Katzner und das Autohaus Honda Lucas; die Traumwerkstatt von Simon Terhardt; der Holz- und Baufachmarkt Holz Hegener; das Optikgeschäft Hahne, der Hörakustiker Hahne und der Juwelier Hahne; das Zweiradgeschäft Happe; die

Modeboutique Peacock, Hagemann-Moden, K.F Klecks fashion; das Reiseunternehmen MitReisen ek; das Fitness-Studio Injoy-Lady; der Freizeithandel Pieper; der Gardinenhandel Tix und Dekomarkt allddecor; der ZBG Gladbeck und die Werbegemeinschaft. Lü



90 Prozent der Kaufentscheidungen werden emotional getroffen, erklärt Johann Beck. Guter Service ist daher auch ein Marketinginstrument. FOTO: HEINRICH JUNG