

# Becks Botschaft: Guter Service ist sexy

In der Auftaktveranstaltung für die WAZ-Kampagne „Service-Meisterschaft“ erfuhren Gladbecker Unternehmer auf unterhaltsame Weise, wie sie bei ihren Kunden punkten können

Von Maria Lüning

Was hat guter Service mit Sex zu tun? Auf den ersten Blick gar nichts, auf den zweiten, bzw. durch die Brille des Experten betrachtet, jede Menge. „Service ist sexy“, behauptet Norbert Beck, Experte für „emotionales Marketing“ und Geschäftsführer von Metatrain, einer Firma, die seit Jahren der Frage nachgeht, warum das eine Unternehmen besser beim Kunden ankommt, „attraktiver ist“, als das andere. „Service-Meister wissen, worauf es ankommt“, lautete eine seiner Botschaften an rund 80 Gladbecker Unternehmer und Unternehmerinnen, die zur Auftaktveranstaltung der WAZ-Kampagne Service-Meisterschaft ins Hotel Van der Valk gekommen waren.

## Trickkiste der Werbepsychologie

Anderthalb Stunden lang erlebten sie einen höchst unterhaltsamen Parforceritt durch die Grundlagen guten Services, von deren Vorzügen Norbert Beck nicht müde wird zu predigen und die er selbst in Perfektion beherrscht: Guter Service macht Spaß, lebt von Freundlichkeit, gibt dem Kunden Wertschätzung, überrascht mit ungewohnten Aktionen und wird vor allem mit allertiefster Überzeugung verkauft.

Beck griff zur Verdeutlichung seiner Aussagen tief in die Trickkiste der Werbepsychologie, die auf den Erkenntnissen der Hirnforschung beruht, und erklärte, warum der Mensch und Kunde ein leicht zu beeinflussendes Wesen ist. Er trifft 80 Prozent seiner Kaufentscheidungen im Unterbewusstsein, im „Emotionshirn“. Becks Botschaft: „Menschen kaufen Emotionen!“

Diese Erkenntnis ist so wenig neu wie die Behauptung, dass „Frauen anders ticken“ – aber wer weiß schon, dass Frauen auch eine absolut unterschätzte Zielgruppe sind?! Dass „beim Autokauf Frauen zu 80 Prozent die Kaufentscheidung treffen?“ Das Publikum nickt nachdenklich. Oder „dass nur zehn Prozent der Männer selbstständig ein Möbelstück kaufen?“ Jetzt lachen die Männer zustimmend, die Frauen lächeln wissend.

Alles kapiert, doch es bleibt noch immer die Frage: Wie sollen örtliche Unternehmen gegen die scheinbar übermächtige Internetkonkurrenz bestehen, wie kann die „Geiz ist



Norbert Beck ergänzte seinen Vortrag mit Beispielen. Botschaft dieses lustigen Spots: Sicherheit ist neben Spaß ein wichtiges Kriterium bei Kaufentscheidungen.



Unternehmer im Gespräch.



Guter Service macht Spaß - gute Vorträge auch, wie man hier sieht. FOTOS: HEINRICH JUNG

Geil-Gesellschaft“ mit ihrer Schnäppchenmentalität umgepolt werden? „Menschen kaufen von Menschen“ - lautet dazu Becks Binsenweisheit, die im Wettbewerb mit Onlineportalen eine ganz neue Bedeutung erfährt. Wenn man weiß, was die Firma Metatrain seit sieben Jahren aus jährlich 1000 Kundenantworten herausliest, tun sich neue Chancen auf. Da führt zum Beispiel der Wunsch nach „Freundlichkeit“ die Liste der Top-Ten für guten Service an - eine alte chinesische Weisheit übrigens: „Wer kein freundliches Gesicht hat, sollte kein Geschäft eröffnen“, zitiert Beck.

Gleich an zweiter Stelle steht bei

Kunden „Vertrauen“, der Wert stieg übrigens nach der Finanzkrise an. Auf Platz drei wünschen Kunden eine „Wertschätzung“ ihrer selbst. Der Preis spielt erst auf Platz 5 eine Rolle! Soviel zu „Geiz ist geil.“

„Kleinigkeiten machen guten Service“ aus, gibt Beck den Unternehmern mit auf den Weg, die mit Hilfe der Service-Meisterschaft noch mehr über guten Service erfahren, aber auch den eigenen durch eine wissenschaftliche Kundenbefragung checken lassen können.

## Service-Paket führt zur Meisterschaft

■ **Die Teilnahme** an der Service-Meisterschaft, deren Schirmherr Bürgermeister Ulrich Roland ist, beinhaltet ein ganzes Maßnahmenpaket, dazu gehört eine wissenschaftliche Kundenbefragung, die per Karten, Mailing oder Internet funktioniert und hernach nur dem Unternehmen zur Verfügung gestellt wird. Drei Fragen gibt es:

■ **Würden Sie das Unternehmen** einem Freund oder Kollegen weiter empfehlen?

■ **Die wichtigsten Gründe** für ihre Bewertung?

■ **Was wünschen Sie sich?** Die Antworten darauf reichen für aussagekräftige Ergebnisse, so Beck.