

Jetzt gibt es beim Einkaufen öfter ein Lächeln

Abschluss Die Service-WM der *Günzburger Zeitung* und der *Mittelschwäbischen Nachrichten* animiert Firmen, positive Erlebnisse für ihre Kunden zu schaffen. Das Smile-Watcher-Band soll helfen

VON BERTHOLD VEH

Landkreis Für Kunden dürfte das Einkaufen in vielen Geschäften im Landkreis künftig noch mehr Glückserlebnisse bringen. Denn 38 Firmen haben sich jetzt bei der Service-WM der *Günzburger Zeitung* und der *Mittelschwäbischen Nachrichten* schulen lassen. Beim Abschluss der Aktion im Forum am Hofgarten in Günzburg zauberte Johann Beck vom Kooperationspartner Metatrain den Teilnehmern ein Lächeln ins Gesicht.

Der Referent verteilte an die Geschäftsleute das sogenannte Smile-Watcher-Band, mit dem Begeisterung für die Kunden trainiert werden kann. Wenn das innere Lächeln des Mitarbeiters beim Kundenkontakt ausbleibt, muss das Bändchen von einer zur anderen Hand gewechselt werden. Denn eines sei im Wettbewerb entscheidend, erklärte Beck bei der ersten Service-WM im Landkreis: „Sie müssen so attraktiv sein, dass der Kunde nicht fremdgeht.“ Das A und O für den Verkaufserfolg: Menschen sollten bei jeder Begegnung positive Emotionen spüren. Freundliche Firmen können sich so von Miesepetern unterscheiden.

Friedrich Danner gehört zu denen, die an diesem Abend mit Begeisterung dabei sind. „Ich lächle jetzt mehr, wenn Kunden kommen“, sagt der Günzburger Optiker. Die Service-WM unserer Zeitung sei ein ausgezeichnetes Mittel, um den Verkaufserfolg zu sichern. Die Kundenumfrage allein liefere wichtige Ergebnisse. Und auch Kalka-Geschäftsführerin Eva Flemisch und Autohändler Jürgen Zanker sagen, die Service-Weltmeisterschaft habe wichtige Impulse gegeben. „Wir brauchen solche Anstöße, da-



Mit Freundlichkeit Kunden gewinnen: Die Teilnehmer an der Service-WM der Günzburger Zeitung und der Mittelschwäbischen Nachrichten stellten sich nach der Verleihung der Zertifikate zum Gruppenfoto auf. Fotos: Bernhard Weizenegger

mit wir nicht betriebsblind werden“, betont Zanker.

38 Unternehmen haben im Landkreis bei der Service-WM mitgemacht. Bei den Kundenumfragen gab es 3034 Rückmeldungen. 400 Kunden stimmten zudem im Internet ab. Metatrain hat deutschlandweit einen durchschnittlichen Kundenzufriedenheits-Index von 73,9 Prozent ermittelt. Im Landkreis Günzburg sei der Wert mit 81,6 Prozent deutlich höher, sagt Johann Beck: „Das ist ein klasse Wert.“

Sein Vortrag hat den Titel „Hirnlos verkaufen – war gestern“. Der

54-Jährige predigt den Mut zur Service-Innovation. Und er nennt Beispiele: Einen Metzger etwa, der aus dem Personalmangel heraus einen Wurstautomat erfunden hat. Oder den Inhaber eines schlecht laufenden Spielzeugladens, der Spielabende für Männer initiiert und sich dadurch einen langfristigen Geschäftserfolg gesichert hat. Den Schwerpunkt legt Beck auf die Service-Kommunikation. „Wer kein freundliches Gesicht hat, sollte kein Geschäft eröffnen“, zitiert der Mann aus Neumarkt ein chinesisches Sprichwort. Weil die (nicht nur beim Einkaufen) ent-

scheidenden Prozesse im Emotionshirn und nicht im Denkhirn ablaufen, müsse diese tiefere Schicht mit positiven Gedanken aufgeladen werden. Deshalb empfiehlt Johann Beck in Konfliktsituationen ruhig zu bleiben, den anderen zu loben - und vor allem positiv zu denken und zu lächeln. Fürs Erste legt er den Geschäftsleuten das Ziel ans Herz, das Smile-Watcher-Band – die Kontrollinstanz für das Lächeln – möglichst einen ganzen Tag nicht wechseln zu müssen. Für Kunden dürfte Einkauf so in der Tat ein Erlebnis werden.

Emotionshirn entscheidet

- Referent Johann Beck gab bei der Service-WM folgende Ratschläge: „Wenn ein Kunde mit geschwollenen Stirnadern wegen einer Reklamation in Ihr Geschäft stürmt, seien Sie **ausgesprochen freundlich** und erklären Sie ihm, dass es gut sei, dass er gleich zu Ihnen kommt. Denn gegen ein Lob kann man sich nicht wehren.“ In allen Kundumbefragungen in Deutschland stehe **Freundlichkeit mit Abstand an allererster Stelle**.
- Werbefachleute, so Beck, orientieren sich heute weltweit an der Hirnforschung. 80 bis 90 Prozent aller Kaufentscheidungen werden demnach im Emotionshirn getroffen. Und genau hier müssten die Kunden gezielt angesprochen werden, um erfolgreich zu verkaufen.
- Referent Beck verhehlte allerdings nicht, dass es auch einen kleinen Bruchteil unter der Kundschaft gebe, der **ewig nörgle und nie zufriedenzustellen** sei. Von solchen Kunden müsse man sich auch einmal trennen können.

Die Hände nach oben nehmen und positiv denken: Referent Johann Beck gab wichtige Tipps.



Die aktuelle Umfrage

» HIER SAGEN SIE IHRE MEINUNG

FORTBILDUNG

Was hat Ihnen die Service-WM gebracht?

38 Unternehmen aus dem Landkreis Günzburg haben die Chance genutzt und sich bei der Service-WM der *Günzburger Zeitung* und der *Mittelschwäbischen Nachrichten* eine Rückmeldung von ihren Kunden geholt. Allein 3034 Antworten gingen über spezielle Karten ein. Wir wollten von den Unternehmen wissen, was ihre Motivation war teilzunehmen, und was ihnen die Service-WM gebracht hat.

Text: Peter Rothermel
Fotos: Bernhard Weizenegger



„Wir wollten durch die Teilnahme an der Service-WM eine Bestätigung haben, wo wir gut sind und wo wir noch besser werden können, welche Stärken

wir haben und ob unsere Kunden in Sachen Service in unserem Unternehmen noch etwas vermissen. Es kann nur von Vorteil sein, das eigene Unternehmen quasi von außen mal bewerten zu lassen.“

Michaela Mauler
Friseursalon Instyle Günzburg



„Kundenumfragen und Kundumbefragungen haben sich in der Kfz-Branche längst etabliert und werden von den Herstellern forciert. Deshalb war es für uns

als heimisches Autohaus interessant, an einer regionalen Umfrage teilzunehmen, bei der Kunden uns auch online bewerten konnten. Das Angebot von Serviceschulungen für Mitarbeiter finde ich richtig gut.“

Jürgen Zanker
Autohaus Zanker Günzburg



„Produkte, Waren und Preise sind mittlerweile überall vergleichbar. Einzig durch den Service kann sich ein Unternehmen von Mitbewerbern abheben.

Sowohl bei der Auftakt- als auch bei der Abschlussveranstaltung hatten die Referenten pffiffige Ideen für uns Einzelhändler parat. Die Teilnahme war für uns selbstverständlich. Schließlich lernt man nie aus.“

Manuela Zellner
Bettenhimmel Günzburg



„Bei der Service-WM mitzumachen ist allein schon für das Image und die Werbewirkung gut und ein Landkreis kann sich durch so eine Aktion gewisser-

maßen auszeichnen. Durch die Kundenmeinungen wird einem auch bewusst, was man vielleicht anders und besser machen könnte. Schon bei der Auftaktveranstaltung gab es für uns Aha-Effekte.“

Monika Glink
Total Tankstelle und Autohaus Glink Burgau