



Eine positive Stimmung macht sich auch in den Kundenbeziehungen bemerkbar: Referent Johann Beck gab Tipps für erfolgreichen Kundenkontakt.

Foto: Holzwarth

# „Bei Langeweile geht der Kunde fremd“

Abschlussveranstaltung des „Service-Checks“ unserer Zeitung in der Nürtinger Stadthalle

Über 6820 Kunden haben zwei Monate lang abgestimmt und die Service-Qualität von 81 Unternehmen und 15 Filialen in unserem Verbreitungsgebiet bewertet, die sich an der Aktion „Service-Check“ unserer Zeitung beteiligt haben. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Der durchschnittliche Zufriedenheitsindex liegt mit 79,79 über dem Bundesdurchschnitt von 73,77.

VON HENRIK SAUER

„Bei Langeweile geht der Kunde fremd“: Bei der Abschlussveranstaltung am Donnerstagabend im Panoramasaal der Nürtinger Stadthalle K3N zeigte Johann Beck von der Firma Metatrain in seinem Vortrag „Hirnlos verkaufen war gestern“ seinen rund 150 Zuhörern auf unterhaltsame Weise mit vielen Beispielen – und teilweise vollen Körpereinsatz fordernd – auf, was da beim Einkaufen im Gehirn so passiert. Es gelte, das „Emotionshirn“ anzusprechen, denn mehr als 90 Prozent aller Kaufentscheidungen würden im Unterbewusstsein getroffen, griff Johann Beck nochmals einige Thesen auf, die sein Bruder Norbert bereits bei der Auftaktveranstaltung zum „Service-Check“ genannt hatte (wir berichteten): „Geben Sie Ihren Kunden mög-

lichst bei jeder Begegnung positive Emotionen.“

„Erwartung plus x gleich Begeisterung“, auf diese Formel bringt Johann Beck, der zusammen mit seinem Bruder das Konzept einer Service-WM entwickelt hat, sein Erfolgsrezept. Wie schafft man es nun, dieses x auszufüllen? Zum Beispiel durch Service-Innovationen. „Auch kleine Unternehmen können Innovation“, betont er und berichtet von dem Metzger, der mit einem Wurstaautomaten erfolgreich den großen Lebensmittelhändlern Paroli bei den Öffnungszeiten biete. Oder von dem Betreiber eines Spielwarengeschäfts, dessen Idee eines Männerpielabends in seinem Laden mit Tischkicker, Autorennbahn und Co. sich mittlerweile so großer Beliebtheit erfreue, dass er einen Großteil seines Jahresumsatzes damit mache. „Solche Ideen gibt es für jedes Unternehmen“, bekräftigt Beck. Viele suchten aber nicht danach.

Ein kleines unerwartetes Geschenk zum Beispiel könne dafür sorgen, dass bei einer Reklamation beim Kunden nicht der negative Aspekt im Bewusstsein hängen bleibe. Ein weiterer wichtiger Baustein seien die Mitarbeiter: „Ein einziger Musiker kann den Klang eines ganzen Orchesters ruinieren“, so Beck. Ein Kunde spüre sofort, wenn ein Mitarbeiter eine ablehnende Haltung ein-

nehme. Und das werde dann mit dem gesamten Unternehmen gleichgesetzt. Freundlichkeit im Kundenkontakt sei deshalb unerlässlich.

Auch für den Konfliktfall hatte der Referent einen Tipp parat. Beschwerde sich ein Kunde lautstark, solle man darauf nicht auch emotional reagieren. In solchen Situationen verhalte man sich am besten ruhig, lasse das Gegenüber reden und reagiere dann am besten sogar mit einem Lob. Etwa: „Danke, dass Sie sofort vorbeigekommen sind.“ Bei Lob, so Beck, beruhigten sich die meisten Menschen. Falls das allerdings auch nicht helfe, empfiehlt der Service-Experte eine ganz andere Strategie: „Schicken Sie den Kunden zur Konkurrenz.“

## Hohe Zahl an Rückmeldungen

Im Anschluss an den Vortrag erhielten die Teilnehmer am „Service-Check“ ihre persönliche Auswertung der Kundenbefragung ausgehändigt. 82 Prozent bekamen außerdem ein Zertifikat für positive Werte bei der Kundenzufriedenheit. Johann Beck bescheinigte den Betrieben aus dem Nürtinger Raum im bundesweiten Vergleich überdurchschnittlich hohe Werte, sowohl was die Zahl der

Rückmeldungen anbelangt als auch bei der Bewertung selbst. „Sie sind in Deutschland ganz weit vorn“, sagte er.

NZ/WZ-Anzeigenleiter Tillmann Adam zieht eine positive Bilanz der insgesamt 18 Wochen dauernden Aktion: Die große Beteiligung zeige, dass den Gewerbetreibenden die Meinung ihrer Kunden wichtig ist: „Denn es gehört auch Mut dazu, sich dieser Meinung zu stellen.“

## Info

### Zufriedenheitsindex

Bei der Aktion „Service-Check“ der Nürtinger Zeitung/Wendlinger Zeitung zusammen mit der Firma Metatrain stand im Mittelpunkt eine Befragung, bei der die Kunden angeben konnten, wie wahrscheinlich es ist, dass sie das jeweilige Unternehmen weiterempfehlen. Daraus wurde ein Kundenbeziehungsindex ermittelt, der – ganz vereinfacht gesagt – ausdrückt, um wie viel die positiven Meldungen die negativen übersteigen. Ein Index von 100 bedeutete also praktisch keine Negativmeldungen. Für ein Zertifikat sind mindestens 30 Bewertungen erforderlich, die mehrheitlich positiv sein müssen. Die Kunden konnten außerdem ihre Bewertung begründen und Verbesserungsvorschläge machen.