



Die an der WAZ-Aktion teilnehmenden Unternehmer erhielten ihr „Service-Siegel“.

FOTO: FRITZ BAUM

Der Service stimmt in Velbert

Zum Abschluss der „Service Meisterschaft“ gab es einen schwungvollen Vortrag. 664 Kunden haben den Teilnehmerfirmen ein gutes Zeugnis ausgestellt

Von Matthias Spruck

Am Ende des Arbeitstages folgte für einige Händler und Geschäftsführer aus Velbert am Donnerstagabend noch ein besonderes Ereignis: Der Kommunikationsberater und Bestseller-Autor Johann Beck

und die WAZ luden ins Best Western Hotel zum Abschluss der WAZ-Aktion „Service Meisterschaft Velbert“ ein. Beck versprach in seinem Referat Lösungen für die Entwicklung von Service und Innovationen, für die Motivation von Mitarbeitern und sich selbst oder

für den Umgang mit Kunden in komplizierten Fällen.

Weil jeder Unternehmer diese Probleme kennt und Beck einen wissenschaftlich fundierten Vortrag wie ein Conferencier zum Besten gibt, geriet dieser Abend zu einem ebenso unterhaltsamen wie wissenswerten Event. An der Meisterschaft hatten 18 Velberter Unternehmen, vom Schuhhändler bis zum Möbelhaus, teilgenommen, um sich ein Bild über die Stärken und Schwächen ihrer Service-Leistung zu verschaffen. Das zu beurteilen waren die gebeten worden, die es wissen müssen: Die Kundschaft gab ihr Votum ab. Das Unternehmen Metatrain wertete die 664 Rückmeldungen auf wissenschaftlicher Basis aus: 84 Prozent der Kundschaft ist mit der Art und Weise, wie die Velberter Unternehmen mit ihren Kunden umgehen und ihre Produkte mit Service begleiten, zufrieden. „Ein überzeugendes regionales Ergebnis, das rund 10 Prozent über dem Bundesdurchschnitt liegt“, so Beck.



„Ein überzeugendes Ergebnis über dem Bundesdurchschnitt“

Johann Beck, Bestseller-Autor

len und Sympathien aufgeladen ist. In der Formel steht E für die Erwartungshaltung. „Wenn die erfüllt wird, passiert im Grunde erst einmal gar nichts. Der Kunde ist zufrieden gestellt, aber nicht beeindruckt.“ Dazu müsse ein X hinzu kommen. Das stehe für eine herzliche Begrüßung, persönliche Ansprache, offene Haltung, die Vermittlung des Gefühls, der Kunde bildet jetzt den Mittelpunkt des Geschehens. „Hier wird das emotionale Gehirn angesprochen, und wir wissen, dass sich Menschen dem nicht entziehen können. Daran wird sich ein Kunde erinnern und diesem Geschäft immer den Vorzug geben“, sagte Beck.

Bewerten und gewinnen

1000-Euro-Gutschein für Heike Jahrsetz

Irgendwann war eine Lesebrille notwendig geworden. Die Langenbergerin Heike Jahrsetz begab sich zu Optik Weiskamp, um sich beraten zu lassen, als ihr im Fachgeschäft das Plakat mit der WAZ-Aktion „Service Meisterschaft“ ins Auge fiel. „Ich hatte davon nichts gehört, fand aber den Ansatz, sich um besseren Kundenservice zu bemühen, sehr interessant“, sagt Heike Jahrsetz. Gerne wollte sie einen

Beitrag leisten, um die Kundenfreundlichkeit beim Optiker zu bewerten. Ihr Einsatz lohnt sich für den Optiker – und für sie selbst auch: Heike Jahrsetz nahm an einer mit der Aktion verbundenen Verlosung teil und gewann einen 1000-Euro-Einkaufsgutschein vom Möbelhaus Rehmann, den sie am Freitag von Geschäftsführer Ulrich Rehmann höchstpersönlich in Empfang nehmen konnte. *mas*



Medienberater Michael Bergmann, Heike Jahrsetz und Ulrich Rehmann (r.) FOTO: UM

Erfolgsformel E + x = B

Nun gibt es bekanntlich nichts, was nicht besser ginge. Und dazu hatte Beck eine Formel im Gepäck: E + x = B. Die basiert auf der Erkenntnis, dass nicht unser rational denkendes Gehirn, sondern das emotionale Gehirn einkaufen geht. Nur so sei zu erklären, dass Käufer bereit seien, Höchstpreise für ein Produkt zu bezahlen, das mit Gefüh-