

Menschen kaufen Emotionen

Rund 80 Händler und Unternehmer bekamen zum Auftakt der WAZ-Kampagne „Service Meisterschaft“ einen Geschmack davon, wie Kunden begeistert werden können

Von Matthias Spruck

Wenn die Kampagne der WAZ dazu beitrage, mehr Kaufkraft in Velbert zu halten, sei er schon sehr zufrieden, hatte Bürgermeister und Schirmherr Stefan Freitag in der Begrüßung zum Auftakt der „Service Meisterschaft“ gesagt. Das war die Richtung des Abends, und Norbert Beck, Marketing-Experte und als Chef der Firma Metatrain

Kooperationspartner der WAZ, verwandte viel kommunikative Energie darauf, in einem höchst informativen wie inspirierenden Vortrag zu verdeutlichen, wie man eine Service-Meister wird.



Frauen entscheiden

„Menschen kaufen Emotionen, das muss man als Verkäufer wissen“, war eine der zentralen Hypothesen des Nürnbergers. Nur zu zehn Prozent sei unser rationales Bewusstsein vor einer Kaufentscheidung eingeschaltet, zu 90 Prozent dafür der Bereich im Gehirn, der für Gefühle zuständig sei. Das habe die Hirnforschung ergeben. An einen Schuhhändler gewandt riet Beck:

„Frauen dürfen Sie keine Schuhe verkaufen, sondern schöne Beine!“

Die rund 80 Händler und andere Unternehmer im Publikum lernten im Laufe des Abends einiges über die Mechanismen erfolgreichen Verkaufens und der Kundengewinnung. Über weibliche Kunden einerseits, und männliche auf der anderen Seite: Während Männer mit klarem Beuteschema einen Laden betreten und nach kurzer Be-

ratung ein Objekt kaufen, müsse bei Frauen mehr Auswahl herbeigeschafft und mehr Beratungszeit einkalkuliert werden.

„Setz der Verkäufer die Kundin unter Druck, wird sie nichts kaufen“, so

Beck. Überhaupt, die weibliche Kundschaft: Wer wusste schon, dass Frauen bei einem Volumen von 70 Prozent des Nettohaushaltseinkommens allein die Kaufentscheider sind, aber nur bei 10 Prozent die Männer? „Das vermeintlich schwache Geschlecht lässt aber raffinierterweise den Gatten im Glauben, er habe die Entscheidung getroffen“, trug Norbert Beck vor. Das sorgte für Heiterkeit.



Zum Auftakt der WAZ-Kampagne „Service Meisterschaft“ referierte Norbert Beck von der Firma Metatrain.

FOTO: RIECK

Mit der richtigen Verkaufsstrategie habe der Händler mit Laden im Gegensatz zur Konkurrenz im Internet die Möglichkeit, mehrere Sinne seiner Kundschaft anzusprechen. Die Nase etwa: „Manche Bäcker blasen mit Ventilatoren den Duft von frischem Brot auf die Stra-

ße, spezielle Düfte von Neuwagen werden in gebrauchte gesprüht“, referierte Beck. Für dauerhafte Kundenbindung sei jedoch das geeignete Verkaufspersonal von zentraler Bedeutung: Wer kein freundliches Gesicht hat, soll keinen Laden eröffnen, zitierte Beck ein chinesisches

Sprichwort. Er lud die Anwesenden ein, bei der „Service Meisterschaft“ mitzumachen – „wir werten die Meinungen Ihrer Kundenvotings aus und erstellen Ihnen eine ganz persönliche Analyse, wo Sie bei der Kundenzufriedenheit stehen und wie Sie sie steigern können!“.