

## DAS THEMA: DER GROSSE SERVICE-CHECK

# Und wie zufrieden sind Ihre Kunden mit Ihnen?

Unsere Zeitung lädt Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister ein, bei diesem motivierenden Projekt teilzunehmen. Der gute Service macht den Unterschied.

**Aachen.** Es mag eine bittere Erkenntnis sein: Viele der bisherigen Verkaufsziele haben ausgedient. Aber es gibt durchaus Perspektiven, wenn man sich den Kernthemen nähert und ein wenig Bereitschaft für innovative Ideen mitbringt. Die Fragen im Wettbewerb



Engagierter Redner: Norbert Beck wird am 15. Januar den Service-Check in Aachen vorstellen.

um die Kunden lauten: Wie wird ein Unternehmen so attraktiv, dass neue Kunden von selbst kommen? Und wie können langfristige Kundenbeziehungen aufgebaut und gestaltet werden?

Um diese Fragen einmal neu zu beantworten, bieten Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten den großen „Service-Check“ in der Städteregion Aachen an. Beantwortet wird dort vor allem die Frage nach dem Alleinstellungsmerkmal des örtlichen Handels: Wie gut ist mein Service?

„Wem es nicht gelingt, sich klar und deutlich vom Wettbewerb abzuheben, der wird abstürzen!“ Das sagt einer, der es wissen muss. Norbert Beck ist seit sieben Jahren bundesweit in Sachen Kundenservice unterwegs. Und er ist mit seiner Firma „Metatrain“ unser Partner beim großangelegten Service-Check. „Die Produkte sind vielfach austauschbar, die Warenlager der Internethändler sind zudem größer. Punkten kann man deshalb nur beim Service.“

Bundesweit ist die Agentur Metatrain, die Norbert Beck mit seinem Bruder Johann leitet, mit dem Service-Check auf der Überholspur. In mehr als 100 Städten und Regionen stellen sich bereits kleine und mittelständische Un-

ternehmen dem Check, um ihre Serviceleistung zu optimieren.

Jetzt ist die Städteregion Aachen an der Reihe. Präsentiert von unserer Zeitung können sich Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister an der Aktion beteiligen. Die Kunden der Aktionsteilnehmer beurteilen in einer kurzen Umfrage die Servicequalität des Unternehmens. Das Ergebnis wird von Metatrain ausgewertet. Wenn sich genügend Kunden eines Ge-

„Am meisten schätzen die Kunden Freundlichkeit, Einfühlungsvermögen und Fachberatung.“

**NORBERT BECK,  
METATRAIN, REFERENT**

schäftes beteiligen und die Bewertung beim Aachener Service-Check positiv ausfällt, erhalten die teilnehmenden Firmen ein entsprechendes Service-Zertifikat. Dieses Gütesiegel, so lehrt die Erfahrung anderer Städte, wird von den Kunden sehr wohl als Qualitätskriterium des Händlers vor Ort empfunden.

Die ersten Aufrufe zur Aktion in unserer Zeitung haben schon eine sehr gute Resonanz gefunden. 64 Unternehmen haben sich angemeldet, sie werden auf alle Fälle dabei sein, wenn der Startschuss am Mittwoch, 15. Januar, im Casino des Medienhauses Zeitungsverlag Aachen fallen wird. Und weitere sind herzlich eingeladen.

Bei der Start-Veranstaltung erklärt Managementtrainer Beck den Unternehmern auf ausgesprochen unterhaltsame Art, was guter Service bedeutet und wie er zu erreichen ist. Beck ist einer der renommiertesten Referenten zu diesem Thema. In seinen Vorträgen verbindet er Praxisbeispiele mit seinen Erfahrungen aus den Service-wettbewerben.

## Der Vortrag „Service ist sexy“

Aus den vielen Kundenmeinungen und den Erfahrungen der teilnehmenden Unternehmen weiß der Autor des Buches „Service ist sexy“, welche Strategie zum Erfolg führt. „Aus den mehr als 100 000 Kundenmeinungen, die wir pro Jahr auswerten, lassen sich Schwerpunkte herausfinden“, sagt Beck. „Am meisten genannt wird Freundlichkeit und Einfühlungsvermögen des Personals mit rund 33 Prozent, gefolgt von Zuverlässigkeit. An dritter Stelle wird die fachliche Beratung und Betreuung genannt“, sagt Beck.

Die Service-Experten Johann und Norbert Beck haben sich mit dem Entscheidungsverhalten von Kunden anschaulich auseinandergesetzt. Freundlichkeit sollte eine Selbstverständlichkeit sein – ist es aber nicht! „Wer kein freundliches Gesicht hat, sollte kein Geschäft



Da ist auch die kleine Kundin zufrieden: Nora wird im Kindermodengeschäft im Heimatort bestens beraten. Was Nora besonders gefällt (neben dem klasse Kleid): „Die Verkäuferin war echt nett!“ Foto: HR Schulz/Imago

eröffnen“, sagt ein chinesisches Sprichwort. Beck schmunzelt: Fachliche Kompetenz könne man schulen, emotionale Kompetenz wie Offenheit, Frische und Na-

türlichkeit dagegen eher kaum.

Doch die Emotion entscheidet am Ende über die meisten Käufe. „Das Emotionshirn“, sagt Beck, ist der Entscheider. Die Entscheidun-

gen fallen vor allem über das gute Gefühl.

Es lohne sich, über entsprechende Fähigkeiten und Anstrengungen, zufriedene Kunden zu gewinnen. Vor allem die Wirkung dieser glücklichen Kundschaft sei Geld wert. „Passiv zufriedene“ Kunden erzählen, so Beck, die Kunde vom guten Geschäft drei Mal weiter. Kundenfans würden auch sieben bis acht Mal erzählen, wie begeistert sie sind. Doch am meisten lohne es sich, unzufriedene Kunden zu vermeiden. „Denn die werden nicht müde, ihre Unzufriedenheit weiterzuerzählen“, sagt der Experte. Seine Schätzung: „Die lassen locker 15 bis 17 Torpedos los!“ Wenn Beck erzählt, klingen die Ohren der Zuhörer. Es lohnt sich, am 15. Januar mal vorbeizukommen! (bb)

## Kommen Sie am 15. Januar zur Auftaktveranstaltung

Bei unserem Service-Check wird in einer anonymen Umfrage mit Gewinnspiel die Kundenzufriedenheit ermittelt. Die zentrale Frage ist dabei: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder einer Freundin, einem Kollegen oder einer Kollegin weiterempfehlen?“

Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (niemals) bis 10 (begeistert). Weitere Fragen sind: Was waren die wichtigsten Gründe (Quali-

tät, Beratung, Rabatte etc.)? Und welche Verbesserungen wünschen Sie sich in unserem Geschäft?

Die Auftaktveranstaltung unseres Service-Checks findet am Mittwoch, 15. Januar, 18.30 Uhr, im Casino des Medienhauses Zeitungsverlag Aachen, Dresdener Straße 3 in Aachen, statt. Interessierte sind herzlich eingeladen, Anmeldung zum Service-Check unter: [servicecheck@zeitungsverlag-aachen.de](mailto:servicecheck@zeitungsverlag-aachen.de)

## KURZ NACHGEFRAGT

### Ein richtiges Gütesiegel



**THOMAS PELZER**  
Leiter der Anzeigenabteilung beim Zeitungsverlag Aachen

Wann hatten Sie zuletzt ein rundum gelungenes Käuferlebnis?  
**Pelzer:** Da gibt es schon einige. Aber ganz frisch in Erinnerung ist der Kauf neuer Laufschuhe in einem Aachener Fachgeschäft. Der Verkäufer war nicht nur fachlich versiert, er war vor allem sehr freundlich, hatte Zeit für mich, hat mich exzellent beraten, und am Ende hat er mir sogar noch ein paar gute Tipps für neue Laufstrecken mit auf den Weg gegeben.

Dieses Geschäft hätte schon allerbeste Chancen in unserem Service-Check.

**Pelzer:** Ja, absolut. Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass der Service das höchste Alleinstellungsmerkmal des Einzelhandels hier in unserer Städteregion ist. Freundlichkeit, Fachkompetenz, Einfühlungsvermögen, Verkaufen mit Emotionen, die wiederum Emotionen beim Kunden auslösen – das macht die Geschäfte aus.

Machen wir nicht ohnedies die Erfahrung, dass immer mehr Händler diese Trumpfkarte spielen?

**Pelzer:** Unsere Mediaberater stellen in der Tat fest, dass da vieles in Bewegung ist. Es gibt vielfältige

Aktivitäten im Einzelhandel, es gibt allerbeste Beispiele, den Servicegedanken zu forcieren. Wir möchten genau an dieser Stelle einhaken, diesen Trend unterstützen und ihn sogar noch mit einem Prädikat versehen.

Anderorts hieß das Projekt Service-WM, das klang dann gleich nach Siegern und Verlierern. Bei uns heißt es Service-Check. Da liegt der Fokus mehr auf der individuellen Leistung der Teilnehmer.

**Pelzer:** Wir legen Wert darauf, dass der Check zwar durchaus sportlich verstanden werden kann, dass er aber kein Wettbewerb ist. Am Ende erhalten die Händler im geschlossenen Um-schlag eine qualifizierte Bewertung der Kundenumfrage. Und die Ergebnisse werden den Geschäftsleuten weiterhelfen.

Wenn wir Sie richtig verstehen, machen Sie sich keine großen Sorgen um die Servicequalität im örtlichen Einzelhandel?

**Pelzer:** Ich glaube tatsächlich, dass man das vielbenutzte Schlagwort von der „Service-Wüste Deutschland“ differenziert betrachten muss. Ich bin mir sehr sicher, dass bei unserem Service-Check herauskommen wird, wie kundenfreundlich der Einzelhandel ist. Schön ist, dass sich die Unternehmen das von ihren Kunden bestätigen lassen können. Deswegen ist der Service-Check zugleich ein prima Qualitätssiegel. (bb)

## Wie steht es eigentlich um Ihren Service?

Machen Sie den Check und nehmen Sie an unserer Aktion teil. Diese Firmen sind bereits dabei:



Wir sind dabei

☆☆☆☆☆

Der große  
**SERVICE  
CHECK**  
in der Städteregion Aachen

Besuchen Sie unsere  
Auftrittveranstaltung  
am 15. Januar 2014.

Im Zeitraum vom 10.3. bis 20.4.2014 können Ihre Kunden Ihre Service-Qualität per Coupon vor Ort oder im Internet bewerten. Sie möchten mit Ihrem Unternehmen ebenfalls dabei sein?

Weitere Informationen oder Anmeldung zur Auftaktveranstaltung unter: Tel. 0241 5101-271.

Fordern Sie unseren Info-Flyer an: [servicecheck@zeitungsverlag-aachen.de](mailto:servicecheck@zeitungsverlag-aachen.de)

Mit freundlicher Unterstützung von:  
**NETAACHEN**

In Zusammenarbeit mit:  
**METATRAIN**

Eine Aktion von:  
**AZ AN**  
Aachener Zeitung  
Aachener Nachrichten