

Mit dem Blick des Kunden

ECHO-AKTION Service-WM für Betriebe, Geschäftsleute und Handwerker im Landkreis startet – Freundlichkeit ist Trumpf

DARMSTADT-DIEBURG. In einer „Service-WM“ gehen Zeitungsverlage und Geschäftsleute in Deutschland seit einiger Zeit einen gemeinsamen Weg: die noch bessere Ausrichtung auf die Kunden. Mit einer Auftaktveranstaltung in Otzberg hat nun das ECHO die Aktion auch im Kreis Darmstadt-Dieburg gestartet.

Mehr als sechzig Geschäftsleute vor allem aus dem Altkreis Dieburg lauschen im neuen Veranstaltungssaal von „Käse Wolf Genießerwelt“ im Gewerbegebiet Lengfeld gespannt den Hinweisen von Norbert Beck zur „Service-WM“. Er versteht sich – um im Bild zu bleiben – als Cheftrainer und Meistermacher für all jene Betriebe vor allem in der Osthälfte des Kreises Darmstadt-Dieburg, die an der ECHO-Kundenaktion teilnehmen möchten. Und er verspricht nicht weniger als „einen signifikanten Anstieg“ ihres Erfolgs.

Was zunächst fast etwas zu simpel klingt, unterfüttert der Referent gut eine Stunde lang mit wertvollen Hinweisen und wissenschaftlichen Fakten zum Kundenverhalten.

Wichtig, bekannt, aber doch oft unbeachtet sei, dass viele Kaufentscheidungen nicht vom Denkhirn, sondern vom Emotionshirn getroffen würden. „Menschen kaufen keine Produkte oder Dienstleistungen, sondern Emotionen“, unterstreicht Norbert Beck – und nennt eines seiner vielen zum Schmunzeln anregenden Beispiele: „Verkaufen Sie Frauen niemals Schuhe, sondern hübsche Beine.“

Frauen verfügen über das Einkommen

Überhaupt: Frauen und Männer – das klassische, nie endende Thema. Das fange damit an, dass Frauen über 70 Prozent des verfügbaren Nettoeinkommens in Familien entscheiden – und dabei doch dem Mann im Glauben ließen, er habe das neue Auto ausgewählt.

Frauen und Männer nähmen zudem sehr unterschiedlich ihre Umgebung wahr, seit Urzeiten, maßgeblich gesteuert von den Hormonen Testosteron beim Mann sowie Östrogen und vor allem dem Kuschelhormon Oxy-



Mit Plakaten und Flyern machen die teilnehmenden Firmen in den kommenden Wochen auf die „Service-WM“ aufmerksam. Kunden haben dann dort die Möglichkeit, beim Kauf oder der Beratung den Service auf Kärtchen zu bewerten. Mehr als 60 Geschäftsleute vor allem aus der Osthälfte Darmstadt-Dieburg waren am Dienstagabend zur Auftaktveranstaltung in Otzberg gekommen. Wer noch mitmachen und so seinen Service professionell und aus Kundensicht durchleuchten lassen will, kann sich beim ECHO als Mitinitiator melden.

FOTO: KARL-HEINZ BÄRTL

tocin bei der Frau. Die unbewusste Steuerung auch des Kaufverhaltens setze sich durch die Sinne fort, vor allem über die Nase. Gerüche seien die einzigen Wahrnehmungen, die ungefiltert auf direktem Weg Botschaften ans Gehirn senden. „Eine Bäckerei, die den frischen Brotduft gezielt vor ihren Eingang lenkt, hat nachweislich deutlich mehr Kunden und Umsatz“, so Beck. So reiht der Referent einen an den anderen Hinweis zum richtigen

und zum falschen Kontakt mit dem Kunden, egal in welcher Branche, egal ob kleiner Dienstleister oder großer Produzent.

Gegen Ende geht der Blick auf die entscheidende Frage: Was ist für den Kunden in puncto Service das Wichtigste? „Freundlichkeit“, hat Norbert Beck mit seinem Team aus mehr als 100 000 Kundenmeinungen herausgefiltert.

„Es sind die kleinen Dinge, die Service ausmachen: der erste

Blickkontakt, den Kunden beim Eintreten, spätestens aber beim Herausgehen aus der Tür mit dem Namen zu verabschieden.“ Auf Platz zwei rangiere das Vertrauen, das nur über Jahre aufgebaut, aber in Sekunden zerstört werden könne. „Die Inder sagen“, so der Referent, „jedes Lächeln, das du aussendest, kehrt zu dir zurück.“

„Das Eine ist, manches davon im Kopf zu haben. Wenn du aber weißt, dass in den nächsten Wo-

chen jeder Kunde, der den Laden betritt, dich bewerten kann, setzt das eine Dynamik frei, sich noch etwas mehr als sonst anzustrengen“, kommentiert Gast und Buchhändler Erich Kleene (Bücherinsel Dieburg) den Impulsvortrag.

„Kaufen Sie bitte nicht im Internet“

Der Buchhändler ist seit fünf Jahren Vorsitzender des Dieburger Gewerbevereins, mit mehr als 200 Mitgliedern der vielleicht Größte im Landkreis. Zur nun startenden „Service-WM“: „Es ist eine gute Idee; sie steht und fällt mit der Beteiligung der Geschäfte und der dortigen Kunden.“ (Dazu die Infobox).

Und noch ein Gedanke ist mit der „Service-WM“ verbunden, wie Trainer Beck in einem abschließenden Appell verdeutlicht: „Kaufen Sie bitte nicht im Internet, sondern im guten Geschäft in Ihrer Region.“

HINTERGRUND

„Service-WM“ für Betriebe und Geschäftsleute: So funktioniert's!

DARMSTADT-DIEBURG. „Service – mit der Nähe zum Kunden – ist auch für die ECHO-Medien sehr wichtig“, stellte Verlagsleiter Walter Braun in Otzberg zur Auftaktveranstaltung der „Service-WM“ vor mehr als 60 Geschäftsleuten fest. Deshalb rufe das ECHO alle Interessierten auf sich zu betei-

ligen; vom kleinen Ein-Mann-Geschäft über den Handwerkerbetrieb bis zum großen Dienstleister. Angesprochen sind insbesondere Betriebe in der Osthälfte Darmstadt-Dieburgs. Und so funktioniert's: Interessierte Geschäftskunden nehmen im ECHO Kontakt auf mit Norbert Eckert (06151 387-

943, norbert.eckert@darmstadter-echo.de). Gestaffelt in drei Preiskategorien gibt es ein Anzeigen-, Beratungs- und PR-Paket samt Kundenbefragung und -auswertung, Werbemitteln und zum Schluss gegebenenfalls Verleihung des Siegels „Ausgezeichnete Servicequalität“. rj