

# Experte: Kaufknöpfe im Kundenkopf drücken

Vortrag Norbert Beck gibt Tipps zur Aktion „Service-Check“ der *Memminger Zeitung*

**Memmingen** Warum sollten nur Fußballer um einen Weltmeistertitel kämpfen? In diesem Sommer sind auch Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister in Memmingen und dem Umland dazu aufgefordert, sich bei einer „Service-WM“ in Spitzenposition zu bringen. „Service-Check“ heißt diese Aktion der *Memminger Zeitung* in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen Metatrain, für die am 18. Juli der Anpfiff erfolgt (siehe auch *Infokasten*).

Fit gemacht für den Wettbewerb um zufriedene Kunden hat jetzt Marketing-Experte Norbert Beck von Metatrain interessierte Geschäftsleute und Führungskräfte mit seinem Vortrag „Service ist sexy“. Rund 200 potenzielle Mitspieler waren im Bräustüble der Memminger Brauerei dabei. „Menschen kaufen Emotionen“, stellte Beck als den „wichtigsten Satz des Abends“ in den Raum. Deshalb rät er Firmen zur Taktik, sich möglichst sexy – im

Sinne von attraktiv – zu präsentieren, um damit die „Kaufknöpfe im Kundenkopf“ zu drücken. Die liegen nämlich laut Hirnforschung im Unterbewusstsein, wo auch die Gefühle ihren Sitz haben. Das Bewusstsein plane zwar den Kauf, vergleiche Preise und Produkte, die Entscheidung, wofür dann schließlich der Geldbeutel geöffnet wird, falle aber die Gefühlsregion im Gehirn, erläuterte er.

Das Streben nach Spaß, Macht und Sicherheit spielt dabei laut Beck eine große Rolle – und zwar je nach Geschlecht in deutlich unterschiedlichen Ausprägungen. „Frauen kaufen anders als Männer, das liegt an den Hormonen“: In seinem anschaulichen und lebhaften Vortrag untermauerte Beck diese These mit



Norbert Beck

Beispielen, die für Heiterkeit im Publikum sorgten. Auch kurze, witzige Werbe-Videos hatte er mitgebracht, in denen deutlich wurde, wie Profis ihre Produkte mit gezielten Botschaften auf unser Unterbewusstsein vermarkten. Dass das Auge mitkauft, dürfte bekannt sein. Doch auch die Nase sollte in die Geschäfts-Strategie mit einbezogen werden, sagte Beck. Deshalb ließ er Käsekuchen-Duftstäbchen durch die Reihen gehen, die er als „verkaufsförderndes Wundermittel“ anpries. „Duft-Marketing“ steigere die Kaufbereitschaft und damit den Umsatz, belegte er mit Zahlen.

## Echte Fans

Ob ihr Service bereits weltmeisterlich ist, sollen Memmingen und Unterallgäuer Firmen beim Service-Check jetzt mit nur drei Fragen an ihre Kunden herausfinden. Und Beck stellte klar: „Zufriedene Kunden nutzen uns gar nichts, wir brauchen begeisterte, echte Fans.“ (bhb)

## Der Service-Check

- **Aktion** Der „Service-Check“ für Unternehmen aus Memmingen und dem Umland ist eine Aktion der *Memminger Zeitung* und des Beratungsunternehmens Metatrain in Neumarkt.
- **Befragung** Ab dem 18. Juli können Kunden bei den rund 50 Teilnehmern drei Fragen zum Service beantworten – anonym auf einer Bewertungskarte oder im Internet. Dazu gibt es ein Gewinnspiel. Die Teilnehmer werden über Anzeigen und eine Sonderveröffentlichung in der *Memminger Zeitung* und im Extra bekannt gegeben. Die Befragung läuft drei Monate lang.
- **Ergebnis** Wer eine bestimmte Gesamtstimmen-Zahl und eine bestimmte Zahl an begeisterten Kunden erreicht, erhält am Ende ein Gütesiegel. Die Einzel-Ergebnisse werden nicht veröffentlicht. (bhb)



Die Zufriedenheit der Kunden steht beim „Service-Check“ unserer Zeitung im Mittelpunkt. Archivfoto: Kaya