

„Verkaufen Sie schöne Beine!“

Norbert Beck begeistert Schaumburger Unternehmer für die Service-Meisterschaft

VON JAKOB GOKL

Landkreis. „Sie dürfen auch lachen, wenn Ihnen danach zu-mute ist“, sorgte Norbert Beck gleich zu Beginn seines ebenso launigen wie informativen Vortrags im Rintelner „Stadtkater“ für gelöste Stimmung unter seinen Zuhörern. Die Unternehmerinnen und Unternehmer aus dem Schaumburger Land waren denn auch ganz Ohr, schließlich ging es hier um Service und darum, wie man Kunden ans Geschäft bindet. Im Gepäck hatte Beck auf Einladung unserer Zeitung das Neueste aus der Marktforschung.

„Verkaufen Sie Ihren Kunden keine Schuhe, sondern hübsche Beine“, rät der Fachmann nicht nur den Schuhhändlern, sondern gleich allen Anwesenden. „Es ist eine ganz andere Herangehensweise.“ Gute Produkte, da ist sich Beck sicher, haben hier alle im Angebot. Viel wichtiger für die Kaufentscheidung sei aber die Emotion, erklärt der Experte. Die Hirnforschung habe herausgefunden, dass nicht logische Entscheidungen die meisten Konsumenten treiben, sondern drei emotionale „Knöpfe“ für die Entscheidungsfindung essenziell sind: Spaß, Macht und Sicherheit.

Doch nicht jeder Mensch springt darauf in gleicher Weise an. Für Beck ist ganz klar: Wer versucht, mit seiner Werbung alle Kunden gleichermaßen zu erreichen, Frauen wie Männer, Kinder wie Senioren, der kann nur scheitern. Da Männer mehr auf Macht, Frauen mehr auf Sicherheit ansprechen, müsse man sich entscheiden, worauf man eine Werbekampagne ausrichtet. Nur, wer die richtigen Knöpfe drückt, könne sich als regionale Marke positionieren.

Zu oft, so sieht es Beck, würde dabei in der Werbung auf den Preis und auf die Qualität der Produkte hingewiesen. „Aber der Service ist doch der Grund, weshalb Menschen vor Ort kaufen!“, ist sich Beck sicher. „Sie denken vielleicht, das ist doch selbstverständlich.“ Aber das sei es eben nicht. Wer besondere Service-Leistungen erbringt, solle auch darauf hinweisen.

Aus der Auswertung von mehr als 100 000 Kundenbewertungen pro Jahr hat Beck die Strategie der Besten heraus-



Norbert Beck bei seinem lebhaften Vortrag zur Schaumburger Service-Meisterschaft im Rintelner „Stadtkater“.

tol/jak (4)

destilliert. Es ist immer dieselbe: „Sie optimieren jeden einzelnen Berührungspunkt mit ihren Kunden.“ Nicht nur beim Betreten des Ladens das obligatorische Lächeln, sehr wichtig sei zum Beispiel auch der Geruch. Und Selbstverständlichkeiten sind, so bedauert Beck, leider oftmals eben doch keine.

Der Service-Experte nächtigt auf seinen Reisen in etwa hundert Hotels im Jahr. „Raten Sie mal, wie oft ich dort an der Rezeption namentlich begrüßt werde“, fordert Beck auf. Tho-

mas Gieselmann vom Geschenkartikelladen Unikum liegt richtig: „Unter zehn Prozent!“ Auch an der Tankstelle vermisst Beck diesen emotionalen Aspekt. „Ich bezahle immer mit meiner Kreditkarte“, erzählt er, „auf der steht mein Name, aber noch nie hat mich jemand mit „auf Wiedersehen Herr Beck“ verabschiedet. Es sind die augenscheinlich kleinen Dinge, die für Beck die Entscheidung des Kunden maßgeblich beeinflussen. Um herauszufinden, an welchen

Kleinigkeiten man beim eigenen Unternehmen den Service verbessern kann – und verbessern könne man immer etwas – bietet Norbert Beck gemeinsam mit unserer Zeitung nun eine breit angelegte Service-Kampagne an. Kernstück dieser Kampagne ist eine Kundenbefragung. Alles dreht sich dabei um die Frage: „Würden Sie unser Unternehmen einem Freund oder einer Freundin weiterempfehlen?“ Entscheidend für den unternehmerischen Erfolg seien nicht zufriedene Kunden,

ist sich Beck sicher, sondern begeisterte Kunden. Kunden, die sich mit dem Unternehmen identifizieren und daher auch wiederkommen. Ebenfalls Teil der Kampagne ist ein dreimonatiger Anzeigenblock in der Schaumburger Zeitung sowie eine Beilage mit Porträts der teilnehmenden Unternehmen.

► **Anmeldungen** zur Schaumburger Service-Meisterschaft werden telefonisch unter (05751) 4000510 entgegen-genommen.

STIMMEN



Johannes Wilkening-Ruhe, Ruhe Reisen in Stadthagen: „Der Vortrag war unterhaltsam und garniert mit wissenschaftlich-fundierten und gut recherchierten Informationen. Man hat das Gefühl, hier spricht jemand aus der Praxis.“



Dirk Ackmann, Sparkasse Schaumburg: „Für mich waren es zwar keine großen Neuigkeiten, aber wir nutzen Gelegenheiten wie diese, das Thema wieder in den Vordergrund zu stellen. Wer heute nicht dabei war, hat was verpasst.“



Renate Watermann, Kosmetik Galerie in Rinteln: „Das sind Dinge, die eigentlich in jedem Coaching vorkommen. Ich hatte 40 Jahre lang mein Geschäft in Rinteln, die Veranstaltung war eine gute Idee, sonst schläft so eine Stadt ja ein.“



Erwin Tatge, Autohaus Tatge in Bückeberg: „Es ist wirklich erstaunlich, mit was für Kleinigkeiten man Menschen in ihren Entscheidungen beeinflussen kann. Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sollte heute ja schon Standard sein.“