

DAS THEMA: DER GROSSE SERVICE-CHECK

Ein Spiegelbild für das eigene Unternehmen

Unsere Zeitung lädt Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister im Kreis Heinsberg ein, die Zufriedenheit ihrer Kunden professionell zu überprüfen

Kreis Heinsberg. Der Mann muss es wissen. In mehr als 110 Städten hat Norbert Beck schon den Service der ortsansässigen Unternehmen „gecheckt“. Einzelhändler waren dabei, Handwerker und Dienstleister ebenso. Rund 100 000 Kundenfragebögen wertet die Agentur Metatrain, die Beck mit seinem Bruder Johann leitet, jedes Jahr aus. „Diese Erkenntnisse analysieren wir und erkennen an-

kat. Dieses Gütesiegel, so lehrt die Erfahrung anderer Städte, wird von den Kunden sehr wohl als Qualitätskriterium des Händlers vor Ort empfunden.

„Service ist sexy“

„Unternehmen, die den Service-Check ernst nehmen, bekommen von ihren Kunden ein Spiegelbild vorgehalten“, sagt Norbert Beck. „Die Ergebnisse besagen, was diese Unternehmen schon sehr gut machen, aber auch, was sie noch besser machen können“, erklärt der gefragte Referent und Autor des Buches „Service ist sexy“.

Genau diese Überschrift trägt auch der rund 60-minütige Vortrag, den Beck auf der Auftaktveranstaltung zum Service-Check am Mittwoch, 25. Februar, um 19 Uhr in der Filialdirektion Heinsberg der Kreissparkasse halten wird. Die Teilnahme ist kostenlos, der Abend ist speziell auf Unternehmer zugeschnitten. „Die Teilnehmer bekommen einfach etwas geboten und werden sicher einiges hören, dass sie vorher noch nicht wussten“, verspricht Beck. In seinen Vorträgen verbindet er stets Praxisbeispiele mit seinen vielfältigen Erfahrungen aus den Servicewettbewerben. Auf einen lustigen, aber dennoch seriösen Abend dürfen sich die Teilnehmer am 25. Februar freuen.

„Menschen kaufen von Menschen“

„Service besteht aus vielen kleinen Dingen“, sagt Beck, der sich seit 15 Jahren intensiv mit dem Thema auseinandersetzt. Natürlich werde bei all seinen Vorträgen die Konkurrenz durch den Internethandel angesprochen. „Jedes Produkt, das ich in Heinsberg bekomme,



Das gute Gefühl entscheidet über den Kauf: Service besteht aus vielen kleinen Dingen.

Foto: Stock/ Mito



hand der Ergebnisse, was die Menschen von einem Unternehmen erwarten.“

Mit dem großen „Service-Check“ unserer Zeitung wollen wir jetzt auch Unternehmen im Kreis Heinsberg bei der Antwort auf die Frage „Wie gut ist mein Service?“ unterstützen. Präsentiert von unserer Zeitung können sich Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister an der Aktion beteiligen. Der Ablauf ist ganz einfach: Die Kunden der Aktionsteilnehmer beurteilen in einer kurzen Umfrage die Servicequalität des Unternehmens. Das Ergebnis wird von Metatrain ausgewertet. Wenn sich genügend Kunden eines Geschäftes beteiligen und die Bewertung beim Service-Check positiv ausfällt, erhalten die teilnehmenden Firmen ein entsprechendes Service-Zertifi-

kann ich natürlich auch im Internet erhalten“, gesteht der Experte ein. Aber 90 Prozent der Verkäufe würden eben immer noch „face to face“ getätigt. „Menschen kaufen von Menschen“, sagt Norbert Beck.

Es lohne sich also, über entsprechende Fähigkeiten und Anstrengungen, zufriedene Kunden zu gewinnen. Schließlich entscheide

die Emotion am Ende über die meisten Käufe. „Das Emotionshirn“, sagt Beck, ist der Entscheider. Die Entscheidungen fallen vor allem über das gute Gefühl. Speziell die Wirkung glücklicher 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!“

Im vergangenen Jahr konnten sich die Unternehmen in der Städteregion Aachen bereits von den Effekten der Teilnahme am Service-Check des Zeitungsverlages Aachen überzeugen. Mehr als 60 Unternehmen wollten seinerzeit wissen, wie es

um ihre Servicequalität und ihren Kundenbindungsindex (KBI) bestellt ist. Denn genau diesen Wert errechnet die Firma Metatrain anhand der eingegangenen Rückmeldungen auf wissenschaftlicher Basis. „Das ist ein rundes Konzept, das bisher in 111 Städten erfolgreich gelaufen ist“, erläutert Norbert Beck – und das jetzt auch im Kreis Heinsberg für glückliche Kunden und zufriedene Unternehmer sorgen soll. Mit der Auftaktveranstaltung am 25. Februar geht es los.

Renommierter Referent in Sachen Service: Norbert Beck. Foto: Andreas Steindl



KURZ GEFRAGT

Kunden binden und von Mitbewerbern absetzen



► DIRK ERNST

Stellvertretender Leiter Werbekameras beim Zeitungsverlag Aachen

Was erwartet die Unternehmen beim Service-Check unserer Zeitung?

Ernst: Die Unternehmen haben ein starkes Verkaufs- und Marketingargument in ihren Händen, welches von Zeit zu Zeit „geschärft“ werden muss, nämlich den Service. Mit Service kann man, wenn er richtig eingesetzt wird, Kunden an sich binden und sich von Mitbewerbern absetzen. Man kann natürlich mit schlechtem Service auch genau das Gegenteil erreichen. Durch die Teilnahme am Service Check nehmen ihre Kunden Sie als serviceorientiertes Unternehmen wahr. Sie erfahren durch die Kundenbewertung wie stark ihr Kundenbin-

dungsindex ist und sie können ihr Teilnahmesiegel als Marketinginstrument nutzen. Darüber hinaus kommen Sie in den Genuss zweier interessanter Vorträge zum Thema Service.

Im vergangenen Jahr lief der Service-Check bereits sehr erfolgreich in der Städteregion Aachen. Wie waren die Rückmeldungen der Teilnehmer?

Ernst: Durchweg positiv, über 60 Unternehmen haben sich in der Städteregion Aachen am Service-Check beteiligt. Über Wochen gab es in der Aachener Zeitung/ Aachener Nachrichten Berichte und Anzeigen zum Thema Service-Check. Dies wurde sowohl von unseren Lesern als auch von unseren Anzeigenkunden als ein richtiges Signal gewertet. Der stationäre Handel muss seine Stärken nach außen kommunizieren, und genau dies wurde durch diese Aktion von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten auch so

wahrgenommen und auch so gespiegelt.

Was verstehen Sie persönlich unter gutem Service?

Ernst: Zu gutem Service gehört neben kompetenter Beratung auf jeden Fall Freundlichkeit. Ein kleines Lächeln, ein nettes Gespräch, dem Kunden der mit vollgepackten Tüten unterwegs ist die Tür aufhalten, diese Dinge gehören für mich zu gutem Service. Als Kunde sollte man das Gefühl haben, dass man im Moment des Verkaufsgesprächs die volle Aufmerksamkeit des Verkäufers genießt und dass dieser alles in seiner Macht stehende versucht, um den Kundenwunsch zu erfüllen. Jedoch setzt dies auch voraus, dass die Kunden ebenso respektvoll mit dem Verkaufspersonal umgehen.

Stellen Sie generell fest, dass immer mehr Unternehmen auf Freundlichkeit und Kompetenz set-

zen, um sich von der Konkurrenz abzuheben?

Ernst: Absolut, denn anders hat man auch keine Chance mehr, eine langfristige Kundenbindung herzustellen. Die Freundlichkeit und der Service sind fast genauso wichtig wie das Produkt selbst, denn oft sind die Produkte austauschbar oder auch irgendwo anders zu bekommen, der Service jedoch nicht.

Man muss sich also keine großen Sorgen um die Servicequalität im örtlichen Einzelhandel machen?

Ernst: Aus meiner Sicht sollten sich die Händler immer weiterentwickeln und nicht beim Status Quo stehen bleiben. Sorgen braucht man sich bei den meisten Unternehmen nicht machen, die sind schon auf einem guten Weg. Der Service-Check soll dabei helfen, Stärken und Schwächen herauszuarbeiten, damit sich der Händler danach auch weiterentwickeln kann.

Kommen Sie zur Auftaktveranstaltung!

Beim Service-Check wird in einer anonymen Umfrage mit Gewinnspiel die Kundenzufriedenheit ermittelt. Die zentrale Frage ist: „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 statt am Mittwoch, 25. Februar, 19 Uhr, in der Filialdirektion Heinsberg der Kreissparkasse Heinsberg, Hochstraße 100-102. Anmeldung zum Service-Check per E-Mail unter servicecheck@zeitungsverlag-aachen.de oder ☎ 02452 / 9770921.

Wie steht es eigentlich um Ihren Service?

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



Im Zeitraum vom 13.4. bis 18.5.2015 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. 02452 97709-21.

Fordern Sie unseren Info-Flyer an: servicecheck@zeitungsverlag-aachen.de

Mit freundlicher Unterstützung von:
Kreissparkasse Heinsberg

In Zusammenarbeit mit:
METATRAIN

Eine Aktion von:
AZ AN
Aachener Zeitung
Aachener Nachrichten

Wir sind dabei

Der große SERVICE CHECK im Kreis Heinsberg

Besuchen Sie unsere Auftaktveranstaltung am 25. Februar 2015.