

Die richtigen Kaufknöpfe drücken

Service ist sexy Norbert Beck begeistert bei seinem Vortrag im Haus der Gebirgsjäger 150 Zuhörer und bringt sie zum Lachen – mit süßen Hunden, Geschlechterunterschieden und Bier. Auftakt zu Service-Check der *Allgäuer Zeitung*

Füssen Was haben Schutzengel, schreiende Männer in einem Kühlschrank voller Bier und ein süßer Hund, der einem Mann in sein bestes Stück beißt, gemeinsam? Sie alle dienen in verschiedenen Werbungen dem emotionalen Marketing. Und sie alle benutzte Referent Norbert Beck bei seinem Vortrag „Service ist sexy“ – Auftakt zur Aktion „Service-Check“ der *Allgäuer Zeitung* – als Beispiele.

Jede dieser drei vorgestellten Werben symbolisiert einen „Kaufknopf im Kundenkopf“, so der renommierte Redner und Buchautor im Haus der Gebirgsjäger in Füssen: Spaß, Macht und Sicherheit. „Sie müssen drei Kaufknöpfe im Kundenkopf drücken“, gab er seinen rund 150 Zuhörern – allesamt Vertreter von heimischen, kleinen und mittelständischen Unternehmen – zu verstehen. Denn: „Menschen kaufen Emotionen.“

Beck begleitet zusammen mit seinem Bruder Johann jedes Jahr 1000 Firmen in Service-Wettbewerben. Die beiden werten mit ihrem Unternehmen Metatrain für diese Firmen mehr als 100 000 Kundenmeinungen aus und trainieren Führungskräfte. Sie wollen Firmen vor Ort das Rüstzeug für die Umsetzung guter Service-Strategien an die Hand geben.

„80 bis 90 Prozent aller Kaufentscheidungen werden im Unterbewusstsein getroffen“, sagte Beck bei seinem Vortrag. Und in diesem Unterbewusstsein gebe es einen „Kaufautomatenspeicher: „Produkte, die da drin sind, werden automatisch gekauft.“ Doch wie können die regionalen Firmen in diesen Speicher kommen? Die Beck-Brüder haben bei ihren Forschungen ein Erfolgs-



Wie guter Service aussieht, zeigte Referent Norbert Beck beim Vortrag „Service ist sexy“ im Haus der Gebirgsjäger in Füssen zahlreichen Vertretern von heimischen, kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Fotos: Regina Berkmeier

muster herausbekommen. Einerseits drücken die „Service-Weltmeister“ eben die richtigen „Kaufknöpfe im Kundenkopf“. Andererseits geben sie ihren Kunden an je-

„Verkaufen Sie Frauen niemals Schuhe, sondern hübsche Beine.“

Referent Norbert Beck zum Unterschied von Mann und Frau beim Einkaufen

dem Begegnungspunkt – egal ob beim direkten Beratungsgespräch oder sogar bei der Rechnung – positive Emotionen. „Sie steigern ihre Begegnungsqualität“, so Beck.

Die lasse sich zunächst ganz ein-

fach messen. Die Frage „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ gebe Antwort. Die Auswertungen der Becks von Kundenmeinungen zeigen, warum Kunden das tun würden. Sie bemerken in dem Geschäft Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung. Allein ein Lächeln könne schon geübt werden, wenn man am Morgen einen Stift zwischen die Zähne klemmt, führte Beck vor und brachte damit die Zuhörer zum Lachen.

Das schaffte Beck auch mit der Beschreibung von Frauen und Männern beim Einkaufen. „Frauen ticken definitiv anders als Männer“,

sagt er. Als Beweis ließ er alle Männer langsam den Kopf nach rechts und dann nach links drehen. „Was Sie jetzt sehen, meine Herren, ist der Blickwinkel einer Frau beim



Mit lustigen Videos und Beispielen begeisterte Referent Norbert Beck seine Zuhörer.

Einkaufen.“ Die Damen mussten für den Blickwinkel der männlichen Bevölkerung Daumen und Zeigefinger zusammenlegen und an die Augen führen. Mann sei eben auch beim Einkaufen Jäger, Frau Sammlerin. Das Fazit von Beck: Verkäufer sollten Männern 50 Prozent weniger Alternativen als bisher zeigen, Frauen dieselbe Zahl mehr. (eh)

Zuhörermeinungen

- „Das kann man gleich morgen in die Tat umsetzen“, sagte **Andrea Geiger von Alpenstyle Pfronten**. Der Vortrag sei sehr kurzweilig gewesen. Auch werde einem immer wieder bewusst, dass man auf jeden Kunden neu zugehen, dass man jedes Mal wieder neu Maß nehmen sollte, so **Roswitha Blum**, ebenfalls von Alpenstyle.
- „Mich hat der Vortrag bestätigt in vielen Sachen, die ich mache“, zog **Iris Heyen von der Gehschule Heyen aus Roßhaupten** Bilanz.
- „Mir hat gefallen, dass Norbert Beck sehr praxisbezogen ist“, sagte **Artur Zangerl von Zangerl Schuhe aus Reutte**. „Es sind verschiedene Ansätze, die sehr schnell in die Praxis umzusetzen sind. Er hat das auf eine sehr unterhaltsame Art moderiert.“ Außerdem spreche Beck als Unternehmer aus der Praxis.
- Auch **Angela Fackler von der Fachklinik Enzensberg** lobte Beck, dass er seinen Vortrag „sehr komprimiert und humorvoll“ vorgebracht habe. Für ihren Betrieb sehe sie, warum er in die richtige Richtung laufe. „Das Grundprinzip ist: Wer verkauft, muss lächeln.“