

Statt Schuhe schöne Beine verkaufen

„Service-Check“ Experte klärt auf, wie sich Kunden am effektivsten binden lassen

VON ANDREAS FILKE

Ruderatshofen/Ostallgäu Mit einem Kugelschreiber zwischen den Zähnen lief Norbert Beck durch die Reihen zunächst ungläubig blickender Geschäftsleute. „Damit lässt sich das Lächeln üben“, sagte er und sorgte für eines von vielen Aha-Erlebnissen des Abends. Das kleine, natürliche, nicht aufgesetzte Lächeln sei eines der wichtigsten Instrumente, um Kunden eine Wohlfühlumgebung zu schaffen – manchmal in Kombination mit künstlichen Duftstoffen. Denn häufig sind es Kleinigkeiten, die über Gefallen oder Missfallen entscheiden, die für den Zugang zu den Menschen sorgen, sie berühren. Das treffe besonders auf Kunden zu, die es ans Geschäft zu binden gelte.

Wie es darum bestellt ist, soll ein „Service-Check“ ermitteln, den die *Allgäuer Zeitung* mit dem Beratungsunternehmen Metatrain um dessen Geschäftsführer Norbert Beck anbietet. Rund 140 Firmeninhaber aus Marktberdorf, Kaufbeuren und Buchloe waren zur Auftaktveranstaltung in den Walburgsaal nach Ruderatshofen gekommen. „Im Grunde kennt man das. Aber jetzt sind wir wieder mehr sensibilisiert. Er hat es toll und einfach erklärt“, fassten die Marktberdorfer Peter und Manuela Maruhn vom



Es war ein Vortrag voller Emotionen, den Norbert Beck vor den Firmeneinhabern zum Auftakt der Aktion „Service-Check“ hielt. Er beschrieb wort- und gestenreich, worauf es im Umgang mit den Kunden ankommt.

Foto: Andreas Filke

Sportstudio Allgäu ihre Eindrücke zusammen. Auch Jenny Blasi von der Geschäftsführung von Expert Allgäu zeigte sich angetan: „Hoffentlich kann ich diese Begeisterung meinen Mitarbeitern rüberbringen.“

Konrad Joas vom gleichnamigen Kaufbeurer Unternehmen für Fenster und Wintergärten hatte gleich mehrere Servicetechniker im Schlepptau: „Am besten war die Geschichte mit den drei Knöpfen.“ Drei Emotionsknöpfe, die gedrückt werden müssen, damit der Kunde ein Produkt kauft, wie Beck erläuterte:

den Spaßknopf für die Freude am Einkaufen und am Besitz des Erzeugnisses, den Machtknopf, der den Konsumenten durch den Kauf des Produktes über die Masse erhebt, und den Sicherheitsknopf, der ein gutes Gefühl auslöst.

Dabei „tickten“ Frauen und Männer unterschiedlich, sagte Beck und griff, wort- und gestenreich wie häufig, auf die Evolutionsgeschichte zurück. Männer bräuchten wegen ihres konzentrierten Jagdblicks nur eine kleine Auswahl als Beute, die sie schnell ergreifen. Das Gesichtsfeld der Frauen sei größer, sie ver-

glichen mehr, nähmen sich mehr Zeit. Auch deshalb sei es das A und O, sogar Stammkunden, deren Vorlieben eigentlich bekannt seien, bei einem Besuch stets neu individuell zu beraten – und das durchaus mit überraschenden Momenten: „Verkaufen Sie nicht einfach Schuhe, verkaufen Sie schöne Beine.“

„Geben Sie Ihren Kunden positive Emotionen bei jeder Begegnung mit Ihrem Unternehmen.“

Norbert Beck, Geschäftsführer Metatrain

Doch die beste Beratung nütze nichts, wenn der Verkäufer ein Miesepeter sei. Also: freundlich sein, die Kunden möglichst mit Namen ansprechen, lächeln – ohne Stift. Dies sei ein wichtiger Teil der Antwort auf die Kernfrage: „Was macht unser Unternehmen für Kunden so attraktiv, damit sie nicht beim Mitbewerber oder im Internet kaufen?“ Die Firma müsse sich quasi ins Unterbewusstsein einbrennen. Deshalb könne die Devise nur lauten: „Service ist sexy“, appellierte Beck.

f Die Kunden sind demnächst aufgefordert, drei kurze Fragen zur Servicequalität der teilnehmenden Geschäfte zu beantworten.