

FREUNDLICHKEIT UND SERVICE SIND TRUMPF

Mut in der Auseinandersetzung mit Internethandel – Aktion Service-Check

Stationäre Unternehmen, die ihren Kunden guten Service bieten, brauchen die Konkurrenz des Internets nicht zu fürchten. Das ist das Credo von Norbert Beck, Service-Experte und Unternehmensberater.

Vor rund 200 Zuhörern untermauerte er dies zum Auftakt der zweiten Auflage des Service-Checks, einer Aktion seines Unternehmens Metatrain gemeinsam mit unserem Medienhaus im Bürgstädter Autohaus Wolfert. »Sie haben alle Stärken der Welt, die das Internet nicht hat«, unterstrich er in seinem 70-minütigen, humorvollen Impulsreferat unter dem Titel »Service ist sexy«. Wenn sich die Unternehmer auf diese besinnen würden, müssten sie vor dem Online-Handel keine Angst haben.

Duft als Erfolgsfaktor

Wie er auf Nachfrage unseres Medienhauses ausführte, sind laut wissenschaftlicher Studien zwei Drittel der Verbraucher bereit, einen bis zu zehn Prozent höheren Preis vor Ort zu bezahlen, wenn sie sich wohlfühlen. »Die Unternehmen müssen sich nur auf das konzentrieren, was sie seit hundert Jahren machen: den Kontakt zu den Menschen«, empfahl er. Dies sei in Zeiten austauschbarer Produkte und wechselwilliger Kunden die



Unternehmensberater Norbert Beck sucht die Nähe der Zuhörer beim Service-Check, einer Aktion mit unserem Medienhaus im Bürgstädter Autohaus Wolfert.

Foto: Dominik Pagio

einzigste Chance, sich von der Internetkonkurrenz abzusetzen. Seine Analysen bei über 7000 mittelständischen Unternehmen mit dem Auswerten von 500 000 Kundenbewertungen hätten ergeben, dass sich diese »Serviceweltmeister« in genau diesen Punkten von der Konkurrenz absetzen und somit erfolgreicher sind. »Alles anders als alle anderen«, lautete sein Credo für Erfolg.

Neben den visuellen Bot-schaften werden nach seiner Erfahrung die sensorischen weitgehend vernachlässigt. Dabei tragen sie einen gewichtigen Teil dazu bei, wenn das unterbe-

wusste »Emotionshirn« angesprochen wird. Dieses macht wiederum mehr als 80 Prozent der Kaufentscheidung aus, der Rest entfällt im »Entscheidungshirn« auf das Bewusste. »Die Menschen kaufen Emotionen, keine Produkte, keine Dienstleistungen«, brachte der Berater es auf den Punkt. Tests, in denen aus einer Bäckerei Duftstoffe auf den Gehsteig versprüht wurden, hätten ein Umsatzplus von bis zu 30 Prozent ergeben. »Darum verkaufen Discounter am Eingang Brot«, klärte er die Zuhörer auf. Auch in Branchen wie Immobilien oder Möbel könne der sogenannte »Cheeseca-

ke-Duft«, die Geschäfte steigern. Begründung: Das Vanille-Aroma erinnert an die Muttermilch und erzeugt damit positive Gefühle.

Spaß, Macht, Sicherheit

Dies betätigt somit einen der drei Kaufknöpfe im menschlichen Gehirn: Spaß, Macht und Sicherheit. Letzterer sei bei Frauen am stärksten ausgeprägt, bei Männern dagegen gehe es bei der Kaufentscheidung darum, den sozialen Rang zu verbessern oder sich das Leben einfacher zu machen. Ähnlich unterschiedlich wie die Beweggründe zum Kauf sei die Produktauswahl. Män-

nern reichten hier maximal drei Produkteigenschaften aus, dann fixierten sie die »Beute« und schlugen zu. Frauen dagegen scannten bis zu fünf Eigenschaften. Und verglichen selbst dann noch: »Eine Frau wird niemals das erstbeste Produkt kaufen, das diese Eigenschaften erfüllt«. Beck empfiehlt, den Kunden ihre Wertschätzung zu zeigen. Indem man sie etwa namentlich begrüßt und verabschiedet. Eine Praxis, die er bei seinen zahlreichen Hotelübernachtungen kaum erlebe. Und durch Nachfragen, ob der Kunden zufrieden war. Konstruktiver Kritik müsse man sich auch stellen und daraus die

HINTERGRUND

SO MACHEN SIE MIT!

Bei der zweiten Auflage des Service-Checks – nach dem Auftakt in Aschaffenburg dieses Mal im Landkreis Miltenberg – beteiligen sich bereits über 40 Unternehmen aus fast allen Branchen und einige Kommunen sowie das Landratsamt. Ansprechpartner für Firmen, die noch einsteigen wollen, sind die Mediaberater in Miltenberg, ☎ 093 71/975710, und Obernburg, ☎ 06022/62100. Die Abschlussveranstaltung ist am 7. April. **red**

richtigen Schlüsse ziehen: »Die Kunden verzeihen Fehler, wenn sie nicht wiederholt werden.«

Der Kritik der Bürger stellen sich beim Service-Check im Landkreis Miltenberg auch das Landratsamt und die Kommunen Miltenberg, Obernburg, Großheubach, Großwallstadt, Mömlingen und Niedernberg. Wie Landrat Jens Marco Scherf als einer der Schirmherren sagte, seien sie wie alle teilnehmenden Firmen gewillt, noch besser zu werden. **red**

Mehr Bilder vom Service-Check:
www.main-echo.de