

Kunden wie ein Magnet anziehen

Autor Beck über den Vorteil guter Mitarbeiter

Herr Beck, was genau macht Service sexy?

In den Wörterbüchern ist sexy mit den Begriffen erotisch und attraktiv definiert. Wenn Service in den Unternehmen gelebt wird, wird er also Kunden wie ein Magnet anziehen.

Norbert Beck ist Buchautor, Ausrichter eines Wettbewerbs und Dozent an einer Fachhochschule in Bayern. **B.HERBST**



Was ist für Sie kennzeichnend für guten Service?

Die meisten Kaufentscheidungen werden emotional getroffen. Guter Service zeichnet sich durch gegenseitiges Vertrauen aus, das durch freundliches Personal mit Einfühlungsvermögen erreicht werden kann.

Wird in der Krise nicht zuerst am Service gespart?

Service benötigt weder neue Maschinen, noch teure Räume. Was er braucht, sind gute Mitarbeiter, die mit anderen Menschen umgehen wollen. Ich muss demnach in meine Mitarbeiter investieren, und das sollte ich sowieso.

Wie animieren Sie Unternehmen, an Ihrem Wettbewerb Service-Champion 2009 teilzunehmen?

Durch den Wettbewerb erhalten die Unternehmen ein komplettes Marketingpaket und Hilfsmittel, mit denen sie ihre Mitarbeiter für erstklassigen Service trainieren können. Bei der Kundenbefragung erhalten sie zudem ein Bild davon, wie sie von ihren Kunden gesehen und welche Verbesserungen von ihnen erwartet werden.

Birgt die Teilnahme nicht das Risiko, auf der Liste ganz unten zu landen?

Da die Rangliste nicht veröffentlicht wird, braucht kein Unternehmen Sorge haben, dass der Wettbewerb ihm schaden könnte – Im Gegenteil: Es erhält ein Spiegelbild der Kundenmeinung und kann daraus seine Schlüsse ziehen.

Interview: Franziska Dallinger

Norbert Beck ist Autor der Buches „Service ist sexy“. Gestern stellte er den Wettbewerb Service Champion für Firmen des Rhein-Main-Gebiets in den Räumen der Frankfurter Rundschau vor.