

# LVZ Service-Preis 2008



## Service macht den Unterschied

Wo man einkauft, das Auto reparieren lässt oder in welches Restaurant man geht, dafür geben oft kleine Dinge den Ausschlag. Darüber entscheidet die freundliche Verkäuferin, der kompetente Sachbearbeiter an der Reparaturannahme oder die Spielecke für die Kinder im Schuhgeschäft. Der Kunde will nicht nur bedient werden, er möchte spüren, dass er für den Verkäufer und für das Unternehmen die wichtigste Person ist. Viele reden von Service – aber was steckt wirklich dahinter? Und andere wiederum leben Service vor und machen es nicht publik.

Mit dem „Service-Preis der Leipziger Volkszeitung“ wird diese Tugend in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gerückt. Dafür bietet die LVZ den Firmen eine Plattform – mit dem Ziel, Leipzig als servicefreundliche Region zu etablieren.

### ○ Das ist Kunden in puncto Service wichtig:

1. Zuverlässigkeit
2. äußeres Erscheinungsbild
3. Leistungskompetenz
4. Reaktionsfähigkeit
5. Einühlungsvermögen

(Quelle: Metatrain GmbH)

### ○ 1% mehr gefühlte Servicequalität bringt 2% mehr Umsatz

(Quelle: Daniel Goleman Emotionale Führung)

Fotoc: A. Kempner, V. Hahn, U. Pflaetz, dpa, gms

# Mehr Service! Mehr Umsatz! Mehr Kunden!

Am 7. März 2008 findet im Congress Center Leipzig an der Neuen Messe das „Service Forum Leipzig“ statt. Die METATRAIN GmbH aus Neumarkt, die sich auf die Steigerung der Servicequalität und den Aufbau von Service-Marken spezialisiert hat, buchte drei Spitzenreferenten. Hier holen sich die Teilnehmer neue Impulse für erstklassigen Service und Energie für die Optimierung ihres Angebots. Als effektives Instrument sollten Unternehmen dem eigenen Service eine hohe Aufmerksamkeit widmen, denn er trägt zur Neukundengewinnung und zur Kundenpflege bei.

Anne M. Schüller, Andreas Buhr und Norbert Beck erklären prägnant, wie Service noch effektiver als Verkaufsinstrument eingesetzt werden kann. Wir stellen Ihnen die drei Top-Referenten hier kurz vor:

**Andreas Buhr** zählt bereits mit 28 Jahren zur Spitze einer der größten Vertriebsorganisationen in Europa. Er ist Dozent an der ZfU International Business School of Business in Stuttgart. Sein Buch „Die Umsatz-Maschine - Wie Sie mit VertriebsIntelligenz® Umsätze steigern“ erschien 2006 im Gabal Verlag.



[www.andreas-buhr.com](http://www.andreas-buhr.com)

**Anne M. Schüller** gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing und ist eine der besten Rednerinnen im deutschsprachigen Raum. Sie ist



Autorin zahlreicher Veröffentlichungen und Management-Erfolgsgeschichten. Über 20 Jahre lang hatte sie Führungspositionen in Vertrieb und Marketing nationaler und internationaler Firmen inne und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten.

[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)

**Norbert Beck** gründete zusammen mit Johann Beck die METATRAIN GmbH in Neumarkt. Er ist spezialisiert auf das Thema Servicequalität und Aufbau von Service-Marken in Unternehmen. Als Lehrbeauftragter an der Fachhochschule für angewandtes Management doziert er im Fach Marketing.



[www.metatrain.de](http://www.metatrain.de)

In Zeiten von Rabattschlachten und Globalisierung wird es für Unternehmen immer wichtiger sich zu positionieren und sich von der Konkurrenz abzuheben, um am Markt eindeutig wahrgenommen zu werden. Gelingt es, eine eigene Service-Marke zu entwickeln, gewinnt man neue Kunden und stärkt die Bindung zum vorhandenen Kundentamm. Servicequalität ist ein entscheidender Faktor für Erfolg. Der Kunde selbst setzt Qualität, Beratung und Service voraus. Kundenerwartungen müssen also nicht nur erfüllt, sondern übertroffen werden.

**Dann wird Service zum echten Wettbewerbsvorteil!**

## LVZ lobt „Service-Preis“ aus

Im Vorfeld des Forums bietet die Leipziger Volkszeitung ortsansässigen Unternehmen die Möglichkeit, ihren Service einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Von Anfang Januar bis Ende Februar wird in der Anzeigen- und Text-Serie eine Plattform für diese Thematik geschaffen. Mehrmals wöchentlich erscheint in den Lokalteilen der Leipziger Volkszeitung eine Sonderveröffentlichung, in der die teilnehmenden Firmen ihre innovativen Serviceideen vorstellen. Viele Leser werden somit auf spezielle Serviceleistungen aufmerksam – eine Chance für die Unternehmen, neue Kunden zu gewinnen. Ziel ist es, die Firmen im Raum Leipzig in ihrer Servicequalität zu stärken, so dass die Region

als servicefreundlich bekannt und damit attraktiver für Konsumenten und Investoren wird. Damit die Unternehmen erfahren, wie gut Ihre Dienstleistungen vom Kunden angenommen werden, stimmen die Leser der Leipziger Volkszeitung telefonisch ab und bestimmen somit, welche Firma für sie den perfekten Service anbietet. Eine Fachjury wird aus den Leser-Top 10 die Sieger des Wettbewerbs um den „Service-Preis der Leipziger Volkszeitung“ ermitteln. Wir werden vor dem Serienstart im Januar noch mehrmals berichten.

Unternehmen, die jetzt schon weitere Informationen wünschen wenden sich bitte über folgende E-Mail-Adresse an die LVZ: [service-preis@lvz.de](mailto:service-preis@lvz.de)

