

Service ist sexy! – Das Buch zur Service WM

Das im Gabler Verlag erschienene Buch „Service ist sexy!“ von Johann und Norbert Beck bringt viele praktische Umsetzungstipps zum Thema, wie Unternehmen Service als Marketing- und Vertriebsinstrument einsetzen können. Mit Übungen am Ende jedes Kapitels und zehn Service-Design-Regeln wird die Umsetzung in jedem Unternehmen zum Kinderspiel! Ein unterhaltsam geschriebenes Buch mit fundiertem Handlungswissen. Unverzichtbar für alle, die sich durch einzigartigen Service einen Wettbewerbsvorsprung sichern wollen. Das Buch kann in jeder Buchhandlung oder im Medienshop unter www.metatrain.de bezogen werden.

Hier ein kleiner Auszug aus

dem Kapitel 4 „Sexy-Faktor Bezugsgruppe – Hunde bestäuben selten Bäume“:

Welche Gruppe Gleichgesinnter, welche Bezugsgruppe sprechen Sie an? Welche können Sie überhaupt erfolgreich ansprechen? Welche wollen Sie ansprechen? Letztendlich müssen Sie sich die Frage stellen, welche Kunden denn überhaupt zu Ihnen passen. (...) Also stellen Sie sich immer und immer wieder folgende Fragen:

- Was haben Ihre Kunden davon, dass es Sie gibt?
- Welche Kunden haben etwas davon, dass es Sie gibt?
- Mit welchen Kunden können Sie langfristig Beziehungen aufbauen?

Die größte Falle, in die viele Unternehmen tappen, ist das



Verlangen, mit allen und jedem eine Geschäftsbeziehung aufbauen zu wollen. Der verstorbene ehemalige bayerische Ministerpräsident Franz Josef Strauß soll zu diesem

Thema einmal gesagt haben: „Everybody's darling ist everybody's Depp.“

Will ein Unternehmen „everybody's darling“ sein, hat es meist ein Problem. Es gibt nämlich generell zwei Kundengruppen, denen man es nie recht machen kann: den aus Prinzip Unzufriedenen und denjenigen, die nicht zur richtigen Bezugsgruppe des Unternehmens gehören.

Dazu meinte der Teilnehmer eines Seminars einmal: „Ja, aber man muss doch nach allen Seiten offen sein!“ Dem könnte man salopp entgegensetzen: „Wer nach allen Seiten offen ist, ist meistens nicht ganz dicht.“

Porsche drückt sich nicht davor, die eigene Zielgruppe

messerscharf zu definieren und damit natürlich auch zu polarisieren. Die Anzeige für den Porsche Cayman zeigt das deutlich: „Kein bisschen interessiert? Macht Sie nicht an? Na dann weiterhin viel Spaß beim Töpfern.“

Es ist wie im richtigen Leben: Was der oder die eine sexy findet, ist für den oder die andere lächerlich. Was den oder die eine völlig kirre macht, lässt den oder die andere völlig kalt. Auch Ihr Unternehmen kann mit noch so gutem Service nicht für alle gleich sexy sein. Sie müssen sich überlegen: Wer ist meine Bezugsgruppe? Was ist für meine Bezugsgruppe sexy? Was muss ich tun, um auf meine Bezugsgruppe sexy zu wirken?