

Stimmen

Der Vortrag war witzig, spannend und informativ. Auch wenn man viele der Empfehlungen im Alltag automatisch umsetzt, denkt man nicht jeden Tag an alles. So war es hilfreich, an Servicequalitäten auch wieder erinnert zu werden. So fand ich es wichtig und richtig, dass der Spaß auch im Kundenkontakt überwiegt.

Ulrike Weißenrieder, Weißenrieder Glasgestaltung GmbH & Co.

Der Referent hat gute Tipps gegeben, auch wenn wir einige immer schon mal gehört haben. Wir setzen davon auch einiges um. Und dennoch ist es einfach wahr: Mit Freundlichkeit klappt es immer besser im Kundenkontakt.

Edith und Joachim Schöntag, J.S.B. Bettfedern GmbH

Der Vortragende hat gut abgeliefert, spannende Impulse gegeben und es wieder bestätigt, dass wir Menschen emotionsbestimmte Wesen sind. Ich kann das bestätigen. Obwohl ich auch um das Unvernünftige daran weiß, fahre ich gern schnelle Autos zum Beispiel.

Lennart Goth, Rhein-Neckar-Akustik GmbH & Co. KG

Es war sehr interessant, auch wenn ich ohnehin meist positiv denke. Das hat mich also insofern bestätigt, den Kunden stets innerlich bei seinem Kommen willkommen zu heißen. Der Referent hat bei uns das Kopfkino angemacht, so gehen wir neu motiviert an die Arbeit, denn das Lächeln fällt ja nicht jeden Tag jedem leicht.

Heike und Mari Böhm, Formvollendet

Ich nehme von diesem Abend Bestätigung mit, denn als Unternehmer haben wir manches zwar schon gehört, aber es war eine schöne Zusammenfassung, um mit diesen Gedanken motiviert in den Alltag zu gehen. Wir sehen unsere Kunden mehr als Gäste, behandeln sie als solche und freuen uns dann auch genau so auf sie wie auf Gäste.

Ulrike Müller, Kolibri

Grundsätzlich finde ich die Aktion gut, vor allem, dass sie nur in Bretten stattfindet. Preislich ist das Paket ein Schnäppchen. Ich könnte mir vorstellen, dass wir vom VBU die Aktion wohlwollend unterstützen, um dies als gutes Marketing-Instrument auch für die Stadt und über ihre Grenzen hinaus zu nutzen. Recht hatte der Referent mit dem Servicepersonal. Allerdings ist es schwer Ersatz zu finden. Ich wäre dafür, dass bereits in der Ausbildung auch eine psychologische Verkaufsschulung stattfindet.

Marin Klemm, Vorsitzende der VBU i-te



INFORMATIV UND IN LOCKERER ATMOSPHERE: In seinem Impuls-Vortrag gab Service-Profi Norbert Beck (links) den rund 60 Besuchern der Auftaktveranstaltung zum Service-Check einige wertvolle Tipps, worauf es in Sachen Kundengewinnung und Kundenbindung ankommt. *Fotos: Waidelich*

Die Kaufknöpfe im Kundenkopf

Gelungene Auftaktveranstaltung zum Service-Check der Brettener Nachrichten im Bernhardushaus

Von unserem Redaktionsmitglied Christof Bindschädel

Bretten. Der Weg zum guten, kundenorientierten Service ist simpel. Man muss nur die drei Kaufknöpfe im Kundenkopf drücken und so Emotionen wecken. „Spaß, Macht und Sicherheit sind die drei Hauptemotionen, die man erreichen muss. Allerdings muss man immer bedenken, dass Frauen anders ticken als Männer – gerade beim Einkaufen“, sagte Norbert Beck am Dienstagabend bei der Auftaktveranstaltung zum Service-Check, den die Brettener Nachrichten zusammen mit der Metatrain GmbH anbieten. „Das war eine tolle Veranstaltung, die meiner Meinung nach auch sehr gut bei den Besuchern angekommen ist“, erklärte Sina Schneider, die neue Geschäftsstellenleiterin der Brettener Nachrichten, und betonte: „Norbert Beck hat uns ganz neue Einblicke zum Thema Service gegeben. Da waren viele spannende Aspekte dabei.“

Beck, Gründer und Geschäftsführer von Metatrain sowie diplomierte Wirtschaftsingenieur und Buchautor, zeigte den rund 60 Besuchern im Bernhardushaus in seinem Impuls-Vortrag, wie man sich in Zeiten des boomenden Online-Shoppings gegen die Internet-Konkurrenz behauptet. Das Faustpfand, das lokale und regionale Händler sowie Unternehmen haben, sei der persönliche



GUTE GESPRÄCHE: Händler und Unternehmen aus Bretten und dem Umland tauschten sich vor und nach der Service-Check-Veranstaltung lebhaft aus.

Kundenkontakt. „Service ist sexy“ – so lautet auch der Titel eines Buches von Beck – sei hierbei ein wesentlicher Erfolgsfaktor. „Unternehmen müssen ihren Kunden bei jedem Berührungspunkt positive Emotionen vermitteln. Freundlichkeit spielt für die Kunden eine ganz wichtige Rolle“, betonte Beck. Nur so sei es möglich, das sogenannte Emotionshirn zu erreichen, das laut Beck wieder-

um „80 plus x Prozent“ der Kaufentscheidungen beeinflusst.

Deshalb müssten sich Unternehmen und Händler auch immer wieder fragen, wie sie es schaffen, sich für Kunden attraktiv zu machen, sodass die Kunden dann in den Geschäften und eben nicht im Internet kaufen. Neben den Kaufknöpfen gebe es in Kundenköpfen auch einen Kauf-Automatik-Speicher, den es

ebenfalls zu erreichen gilt. Der Handel vor Ort müsse demnach noch stärker als die Konkurrenz aus dem Internet versuchen, mit seinen Produkten in diesen Speicher zu kommen – das funktioniert laut Beck am besten über den persönlichen Kontakt, mit dem man Sicherheit und Vertrauen schaffen kann. „Wir können das schaffen, da bin ich mir sicher“, sagte der Service-Profi, erklärte aber auch: „Es dauert Jahre, um Vertrauen beim Kunden aufzubauen. Aber es dauert nur wenige Augenblicke, um dieses Vertrauen wieder zu verlieren.“

Im Rahmen des Service-Checks können lokale und regionale Händler und Unternehmen nun ihren Service überprüfen lassen – und zwar direkt von ihren Kunden. So kann man herausfinden, wie es um die Loyalität der Kunden zum jeweiligen Unternehmen bestellt ist und was Kunden von den Unternehmen erwarten. „Der lokale Handel muss auf seine Stärken setzen – und das ist der Service“, erklärte Beck, dessen Unternehmen Metatrain in den vergangenen 14 Jahren bereits über 500.000 Kundenmeinungen ausgewertet hat. „Wir brauchen den Mut, neue Wege zu gehen“, forderte Marion Klemm, Vorsitzende der Vereinigung Brettener Unternehmen, und fügte mit Blick auf die Tipps, die Beck bei der gelungenen Veranstaltung gab, an: „Ab morgen können wir positive Veränderungen herbeiführen.“