

Freundlichkeit, Wertschätzung, Vertrauen

Service-Check unserer Zeitung: Norbert Beck erklärt, wie man Kunden überzeugt. 160 Unternehmer und Führungskräfte kommen.

VON DANIEL GERHARDS

Aachen. Es ist manchmal nicht leicht für kleine und mittelständische Unternehmen. Die Konkurrenz aus dem Internet und große, überregional agierende Unternehmen machen ihnen Marktanteile streitig. Aber das ist kein Grund für lokale oder regionale Unternehmen zu resignieren. Für Norbert Beck ist klar, was der Schlüssel zum



„Menschen kaufen keine Produkte, Dienst- oder Serviceleistungen. Menschen kaufen Emotionen.“

NORBERT BECK,
EXPERTE FÜR KUNDENSERVICE

★★★★★
Der große
**SERVICE
CHECK**
in der Städteregion Aachen

Erfolg ist: Service. Bei der Auftaktveranstaltung des Service-Checks unserer Zeitung spricht der Experte in Sachen Kundenservice über eine unternehmerische Kernfrage: „Was macht ein kleines oder mittelständisches Unternehmen so attraktiv, dass die Leute dort kaufen – und nicht woanders?“

Knapp 160 Unternehmer und Führungskräfte aller Branchen aus der Städteregion hören sich Becks kurzweiligen Vortrag im Casino des Medienhauses Zeitungsverlag Aachen an. Er spricht über unterschiedliches Einkaufsverhalten von Männern und Frauen – und darüber, wie man das jeweilige Geschlecht zum Kauf bewegt. Mann und Frau ließen sich auch über die Nase beeinflussen: Beck redet über Immobilienmakler, die Käsekuchen-Duft in Häusern versprühen, um sie leichter zu verkaufen. Und er erklärt, dass fast alle Kaufent-

Überzeugen und mitreißen: Das schafft Service-Experte Norbert Beck bei seinem Vortrag im Casino des Medienhauses Zeitungsverlag Aachen. Er erklärt, wie regionale Unternehmen Kunden gewinnen und binden.
Foto: Andreas Steindl

scheidungen emotional beeinflusst werden. Beck: „Menschen kaufen keine Produkte, Dienst- oder Serviceleistungen. Menschen kaufen Emotionen.“

Kleine Dinge entscheiden

Wenn Beck redet, dann mit Elan, Emotion und Temperament. Stimme, Gestik und Mimik arbeiten auf Hochtouren. Eine große Show. Dabei seien es oft kleine Dinge, die positiv auf Kunden wirken. Ein Beispiel: Beck zahlt an der Tankstelle immer mit Kreditkarte, auf der kann jeder Kassierer seinen Namen ablesen. Allerdings habe ihn noch niemand beim Verlassen

der Tankstelle mit Namen verabschiedet. Chance vertan.

Beim Service-Check haben Unternehmen die Möglichkeit, die Kunden nach ihrer Meinung zu fragen. Und das funktioniert denkbar einfach. Sie sollen die Frage beantworten: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder einer Freundin, einem Kollegen oder einer Kollegin weiterempfehlen?“ Außerdem werden sie nach den Gründen dafür gefragt und danach, welche Verbesserungen sie sich wünschen. Am Ende können die Unternehmer aus den Antworten Schlüsse für ihre Arbeit ziehen. Und es winkt ein Zertifikat für po-

sitive Kundenbewertungen.

In dieser Aktion sieht Manfred Piana, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandels- und Dienstleistungsverbands Aachen-Düren-Köln, eine Chance für die Unternehmen in der Städteregion. „Man muss immer schauen, was man hat und was man tun kann, um noch besser dazustehen“, sagt er. Dabei könnten die Kundenbewertungen helfen, auch wenn sich viele Unternehmen mit ihrem Service schon stark ins Zeug legten, meint Piana. Für Beck ist dieser Einsatz auch nötig. Mit Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung könne man aus der Masse herausstechen. Beck: „Einzigartig wird

man nicht über die Produkte und nicht über den Preis, sondern nur über den Service.“

Anonyme Umfrage zur Kundenzufriedenheit

Bei unserem Service-Check wird in einer anonymen Umfrage die Kundenzufriedenheit für Unternehmen in der Städteregion ermittelt.

Unternehmer, die teilnehmen möchten, können sich unter ☎ 0241-5101 271 oder E-Mail dirk.ernst@zeitungsverlag-aachen.de bei Dirk Ernst melden.