



Presseinformation

Service ist sexy – oder: bei Langeweile geht der Kunde fremd

Autor und Berater Norbert Beck erklärte die Strategien der Service-Weltmeister

Saarbrücken, 25. April 2017

Für den Gastgeber *m&r kreativ* begrüßte Agenturleiter Yves Braun die anwesenden Gäste des Marketingclubs ganz herzlich in den Räumlichkeiten der ESPLANADE in Saarbrücken. Im Anschluss stellte Club-Vorstandsmitglied Jürgen Wellnitz den Referenten vor und führte ins Thema ein.

Norbert Beck hat gemeinsam mit seinem Bruder bereits vor 10 Jahren die „Service WM“ ins Leben gerufen und in dieser Zeit Daten von mehr als einer halben Million Kunden und über 7.000 Unternehmen gesammelt und miteinander verglichen. Kerngebiet der Befragungen sind dabei die Themen Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlungswahrscheinlichkeiten, die Loyalität sowie die emotionale Verbundenheit von Kunden mit Unternehmen. Auf jährlicher Basis wird ein Kundenbeziehungsindex errechnet, der für die jeweilige Branche als Referenz dient.

In den Untersuchungen zeigt sich immer wieder, dass die „Service-Weltmeister“ – also Unternehmen mit vorbildlichem Kundenservice und hoher Kundenloyalität – alle sehr ähnliche Strategien anwenden, um ihre Kunden zufrieden zu stellen. Kurz gesagt vermitteln diese Unternehmen ihren Kunden bei jedem Kontakt positive Emotionen und vermeiden negative. Besonders wichtig ist es dabei, vor allem die drei Hauptemotionen Spaß, Macht und Sicherheit zu bedienen und diese „Kaufknöpfe“, wie der Autor diese nennt, gezielt zu drücken, wann immer man mit dem Kunden in Kontakt steht.

Hierbei sollte auch auf geschlechts- und altersspezifische Unterschiede geachtet werden: während bei Männern eher das Machtmotiv angesprochen werden sollte, reagieren Frauen eher auf Anreize für Sicherheit. Diese Emotionen lassen sich auch im direkten Kaufverhalten wiederfinden, z.B. vergleichen Frauen mehr Produkteigenschaften vor einer Kaufentscheidung wogegen Männer sich auf wenige Eigenschaften konzentrieren und danach versuchen, die Entscheidung möglichst schnell abzusichern. Daher sollte man als Verkäufer einer Frau auch mehr Entscheidungszeit einräumen und mehr Varianten präsentieren.

Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de

Presseinformation

Weitere wichtige Faktoren für den erfolgreichen Service sind darüber hinaus immer wieder die Freundlichkeit jedes Mitarbeiters im Kundenkontakt als Basis für die Sympathie, die Schaffung von Vertrauen (Beispiel: Probewohnen beim Möbelkauf) und die stete Wertschätzung für den Kunden bzw. die Fähigkeit, dem Kunden das Gefühl zu geben, dass das Unternehmen ihn und seine Wünsche ernst nimmt. Eine tägliche Herausforderung für jeden guten Verkäufer.

Interessant dabei: die gemessene Kundenzufriedenheit allein ist wenig aussagekräftig für loyales Kaufverhalten. Viel wichtiger ist es, über die genannten emotionalen Faktoren Kunden zu binden und zu begeistern. „Service sind meist die kleinen Dinge“, so Beck. Man muss nicht immer die Welt neu erfinden sondern eher im Alltag den Kundenkontakt positiv angehen und dies auch konsequent umsetzen.

Zum Schluss des Vortrags gab der Referent noch einige praktische Tipps zur Selbstmotivation und wie man Gelassenheit trainieren kann (Thymusdrüse klopfen, Starren, Dankbarkeitsübung). Dabei ist wie beim Muskeltraining tägliche Übung wichtig, um das Gehirn umzuprogrammieren.

[mz, Zeichen ~ ca. 3.095 ohne Überschriften]

Über den Marketingclub Saar e.V.

Der Marketingclub Saar (MCS) ist einer der aktivsten Marketingclubs Deutschlands. Er ist ein Netzwerk an Führungskräften in der Saar-Lor-Lux Region und der kompetente Partner rund um die Themen Marketing und Vertrieb. Seinen derzeit über 400 Mitgliedern bietet der MCS ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm mit Vorträgen angesehener Experten zu aktuellen und grundlegenden Themen des Marketings sowie Best Practice Exkursionen zu etablierten Unternehmern und Start-ups mit zukunftsweisenden Geschäftsideen. Darüber hinaus ist der MCS eine Plattform für den branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch und gibt trendorientierte, kreative Anregungen für die eigene berufliche Praxis.



Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de