

HÖRZU 1999

Interview mit einer Augsburger Trainerin, die Handwerker fit macht für den Wettbewerb

" Ich bin keine Missionarin mehr"

HÖRZU: Ihre Agentur "Simonis Service Agentur" ist darauf spezialisiert, Handwerksbetrieben dabei zu helfen, sich im Wettbewerb durchzusetzen. Sind deutsche Maler und Monteure so schlecht wie Ihr Ruf?

Umberta Andrea Simonis: Nein. Aber das ist auch pasée. Ich bin längst keine Missionarin mehr. Der Dienstleistungsgedanke wird im Handwerk bereits anerkannt.

HZ: Was machen Sie genau?

Simonis: Zunächst wird der Ist-Zustand analysiert, anschließend mit klassischen Marketing-Methoden wie Mailings und Kundenbefragungen ein Konzept für einen dienstleistungsorientierten Firmenauftritt erarbeitet. Dabei steht Service immer im Mittelpunkt. Gerade dabei können sich Unternehmen schnell profilieren und stoßen bei den Kunden auf unglaublich positive Resonanz.

HZ: Die Firma - das ist für den Auftraggeber im Zweifel der Klempner, der unpünktlich kommt, muffig ist und Dreck macht.

Simonis: Stimmt. Zur Imagekorrektur gehören deshalb auch Seminare für Montagegruppen. Dabei wird in Rollenspielen der perfekte Auftritt beim Kunden geübt. Das beginnt mit dem Überreichen der Visitenkarte und hört mit Staubsaugen nach getaner Arbeit auf.

HZ: Abgesehen vom besseren Image: Was kommt für die Firmen dabei raus?

Simonis: Eine deutliche Umsatzsteigerung. Mein bester Kunde hatte innerhalb eines Jahres ein Umsatz-Plus von 15 Prozent, 50 Prozent des Gesamtumsatzes resultierten dabei aus Aufträgen von Altkunden. Und das in einer Branche, in der jeden Tag ein Betrieb dicht macht.