



Service kann magisch sein und Menschen verbinden

Guter Service kann ganz einfach sein – ein Lächeln, Empathie, einfache Erklärungen – der Mensch will sich in der Apotheke an- und wahrgenommen fühlen. Aber: Das muss man wollen, ist Sabine Hübner, Serviceexpertin aus Düsseldorf überzeugt.

Und: Service kann man lernen.

Ob es um einen PC, die richtigen Fliesen für Ihr Badezimmer, Ihre Kontokonditionen oder ein neues Kleidungsstück geht – der kundenfokussierte Service mit Lösungen steht dabei im Mittelpunkt für einen Verkaufsabschluss. Service ist eigentlich ganz einfach. Das weiß auch eine der profiliertesten Expertinnen auf diesem Gebiet. Sabine Hübner ist die Serviceexpertin Europas, und sie brennt für ihr Gebiet. „Die besten Service-Momente sind die, in denen Kunden Empathie spüren, in denen sie sich gesehen und verstanden fühlen“, fasst sie im Interview mit PHOENIX print zusammen.

Menschmomente schaffen

„Ich nenne dies „Menschmomente“. Jene Gespräche in denen der Kunde sich tatsächlich wahr- und ernstgenommen fühlt.“ Und das Beste: „Ein persönlicher, zu-

gewandter Service hinterlässt nicht nur bei der Kundin, sondern auch bei der Person, die diesen Service anbietet, ein gutes Gefühl. Wir geben uns und dem Unternehmen mit jedem Serviceerlebnis ein Gesicht.“

Warum scheint es dann so schwierig zu sein, guten Service zu finden? Warum wird Österreich immer wieder als „Servicewüste“ bezeichnet? „Guten Service muss man wollen!“ hält Hübner fest. „Und man muss dazu bereits sein, sich selbst zu reflektieren.“ Nur, wer über sich selbst nachdenkt, sich seiner eigenen Stärken und Schwächen bewusst ist, wirkt nach außen authentisch, souverän und serviceorientiert. „Wer gut für sich selbst sorgt, wird auch gut für andere sorgen können“, ist Sabine Hübner überzeugt. Und gut für andere zu sorgen, meint in diesem Zusammenhang, seinen Kundinnen und Kunden guten Service anzu-

bieten. Es bedeutet aber auch, dass guter Service als Führungsaufgabe der Apothekenleitung gesehen wird. „Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden nicht nur „bedienen“, sondern ihnen ein gutes Gefühl verschaffen.“ Das könnte etwa die Maxime sein, die auf dem Weg zu hervorragendem Service als „Vision“ dient. Menschen, die in eine Apotheke kommen, sind oft krank, deshalb verunsichert und ängstlich. „Diese Menschen mit einem zugewandten Lächeln, mit Empathie zu empfangen, ihren Fragen aufmerksam zu lauschen und ihre Ängste ernst zu nehmen, Sie freundlich zu beraten und mit einem herzlichen „gute Besserung“ zu verabschieden, schafft Nähe“, sagt Hübner. „Eine Kundin, die so beraten die Apotheke verlässt, hat einen „Menschmoment“ erlebt – und wird wieder kommen.“



Guter Service ist auch digital!

Spätestens seit der Corona-Pandemie stellt guter Service aber nicht mehr nur auf der persönlichen Ebene einen Mehrwert dar. Vielmehr hat sich vieles in den digitalen Raum verlagert. Dies betrifft insbesondere jüngere Menschen, die sich – egal, was sie gerade brauchen, nicht als Erstes in einem Geschäft, sondern im Internet informieren – und dort auch bestellen. Wie kann man „Menschmomente“ in der „digitalen Apotheke“ schaffen? „Auch hier sind ein kluger Prozess und eine hohe Begegnungsqualität unumgänglich“, sagt Hübner. „Das geht im Chat oder via E-Mail und muss am Ende in einem reibungslosen Ablauf der gewünschten Bestellung resultieren.“ Hübner sieht die „echte“

und die „digitale“ Welt dabei durchaus nicht als Gegensätze. „Exzellenter Service gilt für jeden Kontakt mit einem Kunden“, hält sie fest. „Ganz egal, ob sich dieser aus einer persönlichen Begegnung oder im virtuellen Raum ergibt.“

Miteinander für Service

Für das Team der Apotheke heißt exzellenter Service aber nicht nur guter Kontakt zu den Kundinnen und Kunden. Vielmehr beginnt dies im eigenen Apothekenteam. „Miteinander reden“ heißt hier das Zauberwort. Mindestens monatlich sollte sich das Team nicht nur mit den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden, sondern auch mit den eigenen Wünschen und Zielen auseinandersetzen. Dabei können etwa schwierige Kundenkontakte ebenso besprochen werden wie besonders gelungene Menschmomente. „Kritik ist wichtig, aber sie sollte auf Augenhöhe erfolgen“, weiß Hübner. „Sprechen Sie ganz konkret an, was hier schiefgelaufen sein könnte und diskutieren Sie, wie Ihre Mitarbeitenden dies in Zukunft besser machen können.“ Wer exzellenten Service lebt, tut eigentlich nur das, was er oder sie sich selber wünscht. Denn, seien wir ehrlich: Wer träumt nicht davon, in ein Geschäft zu gehen, angelächelt zu werden und genau das zu erhalten, was man sich wünscht – ganz egal, ob das nun im Elektrofachmarkt, im Baumarkt, der Bank oder eben in der Apotheke ist.

Bücher

- „Serviceglück – Mit magischen Momenten mitten ins Kundenherz“
Campus-Verlag, 2017
- „Das beste Anderssein ist Bessersein – Die Geheimnisse echter Service-Excellence“
Redline Verlag, 2014
- „Tue dem Kunden Gutes und rede darüber“
Redline Verlag, 2013

Sabine Hübner

Sabine Hübner ist Expertin für Kundenservice. Sie verbindet ihren reichen Erfahrungsschatz als Unternehmerin mit ihrer Expertise in der Beratung und Strategie-Entwicklung. Mit ihrer Beratungsagentur forwardservice begleitet sie Unternehmen. Sabine Hübner wurde mehrfach mit dem „Conga-Award“ und als „Speaker of the Year“ ausgezeichnet. Ihre Bücher prägen das Serviceverständnis vieler Menschen nachhaltig. Mehr zu Sabine Hübner unter www.sabinehuebner.de



© Astrid Oberst