

23.06.2011

Wunscherfüller 2011 per Mystery-Check gesucht

Service-Offensive startet erstmalig ein anonymes Testverfahren zur Verleihung des ISA-Awards

+++ Lübeck. Wer gewinnt den ISA-Award 2011 und wird service- und gastfreundlichstes Unternehmen des Jahres? Diese Frage wird erstmalig ein „Mystery-Check“ beantworten, der von der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH (LTM) in Kooperation mit der Niederlassung Lübeck der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein und ihrer Berufsakademie durchgeführt wird. Der „Mystery-Check“ löst die bisherige Nominierung für den Fach- und Publikumspreis ab, um allen 54 Partner der Service-Offensive gleichermaßen die Chance zu bieten, an der ISA-Aktion teilzunehmen und perfekter Wunscherfüller des Jahres zu werden. Die Preisverleihung des ISA-Awards 2011 findet am 5. September im Rahmen der Abendveranstaltung des Marketingfiebers statt.

Bei dem „Mystery-Check“ handelt es sich um ein Testverfahren, bei dem sich insgesamt 28 verdeckt agierende Studentinnen und Studenten der Berufsakademie der Wirtschaftsakademie in Lübeck bei den 54 Servicepartner als Kunde ausgeben und ihre Erfahrungen mit dem jeweiligen Betrieb anhand eines Prüfbogens bewerten. Die Mystery-Checker der Wirtschaftsakademie, die im Vorfeld professionell geschult wurden, analysieren dabei Kriterien wie z.B.: „Ich wurde beim Betreten des Geschäftes wahrgenommen und zeitnah begrüßt“, „Der Mitarbeiter ging präzise auf meine Wünsche ein“ und „Der Mitarbeiter hat mich individuell beraten“. Der Test wird bis zum 10. August 2011 insgesamt viermal pro Unternehmen durchgeführt.

„Durch den Mystery Check können wir mit den Augen unserer Gäste sehen und die Servicequalität objektiv ermitteln,“ so Andrea Gastager, Geschäftsführerin der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH. „Die Ergebnisse des Mystery-Checks bedeuten einen Mehrwert für die Partner der Serviceoffensive und wir stellen sie den Partnern auf Wunsch gerne kostenlos zur Verfügung. Ich freue mich sehr, dass wir in der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein einen kompetenten und engagierten Kooperationspartner gefunden haben, der die Serviceoffensive und Wunscherfüller so großzügig unterstützt.“ Wie bereits in den Vorjahren wird die Wirtschaftsakademie die Service-Offensive auch weiterhin durch ein gesondertes Weiterbildungsprogramm und Bildungsgutscheine für den ISA-Gewinner in besonderem Maße unterstützen. Auch Matthias Dütschke, Niederlassungsleiter der Wirtschaftsakademie in Lübeck, ist von der Kooperation begeistert: „Kundenzufriedenheit ist einer der wichtigsten Faktoren für den unternehmerischen Erfolg. Die Tester wurden im Vorfeld professionell geschult und simulieren typische Beratungssituationen beim Servicepartner in Lübeck und Travemünde vor Ort oder per Telefon.“ Ingo Menke zum Felde, Dozent an der Berufsakademie der Wirtschaftsakademie in Lübeck, ergänzt: „Für unsere Studierenden, die zeitgleich zum Studium eine Ausbildung im Unternehmen absolvieren, ist der Mystery Check eine praktische weitere Trainingseinheit in punkto angewandter Marktforschung und Unternehmensberatung, die wir gerne im kommenden Jahr noch weiter ausbauen werden.“

Die LTM startete 2007 die Kampagne zur Service-Offensive in Lübeck und Travemünde und vermarktet die bundesweite Initiative "ServiceQualität Deutschland" im Rahmen des Projekts als einzige Stadt mit begleitenden Maßnahmen und branchenübergreifenden Aktivitäten. Mit aktuell 35 zertifizierten Betrieben und 201 ausgebildeten Qualitäts-Coaches aus insgesamt 54 Partnerunternehmen haben sich Lübeck und Travemünde bereits die Vorreiterrolle im Rahmen der Service-Offensive in Schleswig-Holstein gesichert. Die Preisträger des ISA Awards 2010 waren die Karstadt Warenhaus GmbH in Lübeck und der Ferien- und Erlebnishof „Evershof“ in Travemünde. Weitere Infos unter www.luebeck-wunscherfueller.de.+++