



WIRTSCHAFTSJUNIOREN

bei der Industrie- und Handelskammer Bremerhaven e.V.

Wirtschaftsjunioren Bremerhaven e.V.
Postfach 10 05 40 • D-27505 Bremerhaven

werte
wissen
wandel

WJ-Ansprechpartner/in

Nils Katarius
Tel. +49 (0) 471 – 144 - 209

Presseinformation:

Erfolgsfaktor Mensch – Kundenbegeisterung durch Mitarbeiterbegeisterung

Auf Einladung der Wirtschaftsjunioren Bremerhaven (WJ) referierte am Donnerstag, 07. Oktober 2008 Sami Sokkar über die Bedeutung von Mitarbeitermotivation im täglichen Kundenverkehr.

Sebastian Harden, WJ Vorstandmitglied, begrüßte die rund 100 Gäste im großen Saal der Industrie- und Handelskammer Bremerhaven. Seit 2000 ist Sokkar bei SAP Deutschland AG & CO. KG beschäftigt und war hier zunächst als Field Product Manager und ab 2001 als Business Development Manager für die Themen CRM, Vertrieb, strategisches Kundenbeziehungsmanagement und Allfinanzstrategien im Finanzdienstleistungsbereich verantwortlich. Parallel dazu schloss er 2006 einen MBA-Studiengang in Erding bei München ab. Seit 2007 verantwortet er verschiedene Themen im Bereich Unternehmensstrategie und Organisationsentwicklung mit den Schwerpunkten Personalentwicklung und Unternehmensintegration.

Sokkars Kernaussage „Marketing und Vertrieb sind immer auch im Zusammenhang mit Personalwesen zu sehen“ untermauerte er mit diversen Argumenten. Ein besonders deutliches Argument ist die sinkende Population. Ab 2012 gehen die geburtenstarken Jahrgänge in Rente. Was bedeutet, dass sowohl Mitarbeiter als auch Kunden knapper werden. Selbst wenn jetzt wieder eine Babyboom ausbrüche, dauert es rund 25 Jahre bis die Lücke, die die geburtenschwachen Jahrgänge hinterlassen werden, zu schließen.

Entscheidend im Marktauftritt eines Unternehmens sind die Individualität und die Einzigartigkeit. Denn „Wer will eigentlich einen mittelmäßigen Service beim Kauf eines mittelmäßigen Produktes zu einem mittelmäßigen Preis in einem mittelmäßigen Laden und selbst mittelmäßig sein?!“. Natürlich lieferte Sokkar auch die nötige statistische Untermauerung: In 68 Prozent aller Wechselfälle ist der Grund eine schlechte Erfahrung mit Mitarbeitern des Anbieters. Lediglich 10 Prozent wechseln aufgrund des Preises.

Besonderer Bedeutung wies der Marketing-Experte dem Wirtschaftsfaktor „Frau“ zu. 80 Prozent aller Kaufentscheidungen werden inzwischen von Frauen getroffen. Das liegt zum Einen daran, dass immer mehr Frauen auf eigenen Single-Beinen stehen müssen, etwa 50 Prozent aller Ehen werden heutzutage geschieden, zum Anderen an den grundsätzlich unterschiedlichen Einstellungen zum „Shoppen“. Deren Ursprung sieht Sokkar in der Historie, als die Männer noch Jäger und die Frau Sammler waren. Frauen sind heute in Deutschlands größte Konsumentengruppe und sie werden im Finanzstärker. Sokkar gibt den dringenden Rat, dass sich Anbieter in ihrer Kommunikation hierauf intensiv einstellen sollten.

Wirtschaftsjunioren
bei der Industrie- und
Handelskammer Bremerhaven e.V.
Friedrich-Ebert-Straße 6
D-27570 Bremerhaven

Telefon: +49(0)47 1 – 9 24 60 -0
Telefax: +49 (0)47 1 – 9 24 60-90

mail@wj-bremerhaven.de
<http://www.wj-bremerhaven.de>

Bankverbindungen:
Sparkasse Bremerhaven
(BLZ 292 500 00)
Konto-Nr. 2 809 222

Mitglied der
Wirtschaftsjunioren Hanseraum
Mitglied der
Wirtschaftsjunioren Deutschland

Mitglied der Junior
Chamber International (JCI)



Ein wichtiger Faktor zur Kaufentscheidung ist die Begeisterung. Rationalität wird häufig ausgehebelt, denn Menschen wollen auf charmante Weise verführt werden. Am liebsten von Personen, die von ihrer Sache begeistert sind. Für Unternehmer heißt das: Mitarbeiter motivieren, denn als Nebeneffekt stellt Sokkar fest: „Motivierte Mitarbeiter fallen durchschnittlich 2,4 Tag weniger aus und 17 Prozent empfehlen das Unternehmen aktiv als Arbeitgeber weiter.“ Dabei ist für Unternehmer und Führungskräfte wichtig Ziele zu setzen, die bei großer Anstrengung gerade noch erreichbar sind. Wer Ziele zu hoch ansetzt schafft Demotivation und verheizt seine Mitarbeiter. „Verheizte Mitarbeiter geben keine Wärme!“, so Sokkar.

Wichtig ist es Sokkar, dass Führungskräfte ihre eigene Handschrift vermitteln. Als Beispiel führte der SAP-Mitarbeiter die Erfolgsstory des Jürgen Klinsmann zur Weltmeisterschaft 2006 an. Klinsmann schaffte es gemeinsam mit Löw in nur zwei Jahren, dass sein Team auch bei nicht mehr so wichtigen Spielen, wie dem letzten Gruppenspiel gegen Ecuador, trotzdem noch 110 Prozent Leistung abrief.

Abschließend gab Sokkar seinem Auditorium mit auf dem Weg, dass es das Wichtigste ist, seine Kunden vom Wettbewerb abzukoppeln. Das einzige was an einem Unternehmen nicht kopierbar ist, ist die Beziehung zwischen seinen Mitarbeiter und Kunden. Die Mitarbeiterzufriedenheit beeinflusst die Kundenzufriedenheit, denn „was innen nicht glänzt, kann außen nicht funkeln“. Als Beispiel für inneren Glanz und Überzeugung seines Produktes wurde Paul Potts angeführt, der aufgrund seiner sichtbaren Nachteile durch seine funkelnden Tenorstimme Millionen begeistert.

Nils Katarius
WJ Pressesprecher