

Praxis-Ratgeber

Dirk Zimmermann

Service erfolgreich gestalten

**Mit dem richtigen Wissen
über den Kunden
zum Unternehmenserfolg**

Erfolgsfaktor Service

Einmaligkeit	3
Maßgeblichkeit	4

Den Kunden besser verstehen

Kundenentwicklungen	5
Nachfragebedürfnisse	6

Neuerungen in der Kundenbeziehung

Serviceengagement	7
Kundennutzen	8

Kundenservice erfolgreich gestalten

Kaufphasen	10
Geschäftszyklus	11
Produkteigenschaften	12
Nachfrageökonomie	13
Marktfolgen	14

Prämissen aus Kundensicht

Beziehungsstatus	15
Kudentypen	16
Geschäftbeziehung	17
Nutzungsabschnitte	18
Kundenerwartungen	19
Kundenentscheidungen	20

Einmaligkeit

Überall entstehen neue, erfolgreiche Dienstleistungen. Immer mehr Bereiche der Dienstleistungsbranche gehören zu den größten Profiteuren des Strukturwandels.

Zugleich haben die Unternehmen, die durch einen massiven Nachfragerückgang in den vergangenen Jahren gekennzeichnet waren, seitdem ganz massiv auf der Serviceseite gearbeitet.

Nur die die Unternehmen können langfristig am Markt überleben, die sich durch ein Alleinstellungsmerkmal, z.B. besseren Service, unterscheiden können.

Daneben ist es Unternehmen immer mehr bewußt, daß nur exzellente Angebote positive Auswirkungen auf die Dauer, die Intensität und den Ertrag der Kundenbeziehung haben.

Dadurch, daß im Service ein regelrechter Wettbewerb ausgebrochen und ein Serviceüberangebot zu erkennen ist, verzeichnen die Unternehmen einen proportionalen Anstieg der Kundenerwartungen.

Nicht nur bedingt durch das Serviceüberangebot, sondern auch wegen der Vielfältigkeit der angebotenen Serviceleistungen, wird die Bedeutung der Servicequalität steigen, sind sich bereits heute einige Unternehmen sicher.

Eine kundengerechte, zielgruppenspezifische Anpassung kann dabei ein Ansatz zur Verbesserung des Unternehmenserfolges sein.

Immer noch ist der entscheidende Faktor einem Unternehmen treu zu bleiben, ein einmaliger Service:

1. die „Individualisierung der Serviceangebote“
2. die „Personifizierung der Serviceleistungen“
3. die „Erlebnisorientierung von Servicelösungen“
4. die „Konkretisierung der Serviceanwendung“
5. die „Relevanz des Servicenutzens“

können das wirkungsvollste Mittel sein, mit dem sich Unternehmen von ihren Mitbewerbern differenzieren.

Service erfolgreich gestalten



Dirk Zimmermann ist Gründer und geschäftsführender Direktor des X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign. Als führender Serviceforscher in Deutschland hat er sich in zahlreichen Studien, Fachbeiträgen und Büchern sowie als Dozent auf vielen Veranstaltungen und Tagungen mit den Themen „Service– und Kommunikationsentwicklung“ auseinandergesetzt. Die Entwicklung zukunftsorientierter Strategien und Konzepte stellt den Kern seiner Forschungs- und Beratungstätigkeit für nationale und internationale Unternehmen dar.

Nur die Unternehmen können langfristig am Markt überleben, die sich durch ein Alleinstellungsmerkmal, z.B. besseren Service, unterscheiden können. Daneben ist es Unternehmen immer mehr bewußt, daß nur exzellente Serviceangebote positive Auswirkungen auf die Dauer, die Intensität und den Ertrag der Kundenbeziehung haben. Eine kundengerechte, zielgruppenspezifische Anpassung kann dabei ein Ansatz zur Verbesserung des Unternehmenserfolges sein.

Dieses eBook setzt sich mit „neuen Maßgaben“ in der Servicenachfrage auseinander und wirft einen dezidierten Blick auf Ursachen und Motive, die für den Kundenentscheid von großer Bedeutung sind. Welche Konsumreaktionen sind vom Kunden zu erwarten und worauf gründen sich Auswahl– und Nutzungspräferenzen?

Dirk Zimmermann

Autor zahlreicher Studien, Fachbeiträge und Bücher
zur Service– und Kommunikationsentwicklung