

Service CASES

**Praxis-Beispiele zur Gestaltung
eines echten Kundennutzens**

Volume 4

Service CASE

Branche

Internet/Telekommunikation

Zielgruppe(n)

Geschäftskunden/Privatkunden

Idee

In den USA wird das Angebot des Suchmaschinenpezialisten Google um den neuen Dienst "Google Voice" erweitert. Ziel des Services ist die Konzentration der gesamten Kommunikation des Nutzers auf eine einzige Rufnummer, die er sein Leben lang behalten soll

Google Voice bietet eine Bündelung der Handy- und Rufnummern auf eine neue Google-Nummer, unter der der Nutzer immer und überall erreichbar sein soll. Darüber hinaus bietet der neue Service die Möglichkeit Konferenzschaltungen zu tätigen, Auslandsgespräche zu führen sowie in einem zentralen SMS-Speicher seine Kurznachrichten abzulegen.

Eingegangene Voicemail-Nachrichten werden in Textform umgesetzt und abgespeichert, um sie zu einem späteren Zeitpunkt abrufen zu können.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der mit der Zeit geht. Der zunehmenden Bedeutung der mobilen Kommunikation wird hier im besonderen Rechnung getragen. Der Kunde bewahrt so ein Höchstmaß an Flexibilität.

Service CASE

Branche

Büro/Organisation

Zielgruppe(n)

Geschäftskunden/Privatkunden

Idee

Einzelunternehmer und Firmen können ab sofort auf die Dienstleistungen des neuartigen Assistenz-Service „Früher Feierabend“ (www.frueher-feierabend.de) zurückgreifen.

Als „virtuelle Mitarbeiter“ übernehmen sie den klassischen Schreib- und Telefonservice genauso wie vielfältige Diensten aus den Bereichen Projektassistenz, Informations-Beschaffung, Online-Marketing.

Die persönlichen Assistentinnen helfen zudem auch bei Privatsachen z. B.: Urlaubsziele auswählen, Vergleiche von Autoversicherungen oder Erinnerungen an Geburtstage oder andere wichtige Termine.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der sich um die „kleinen Erledigungen“ des Alltags kümmert und damit nicht nur Zeit spart. Schön, wenn man sich so auf die wirklich wichtigen Dinge konzentrieren kann.

Service CASE

Branche

Gesundheit/Medizin

Zielgruppe(n)

Privatkunden

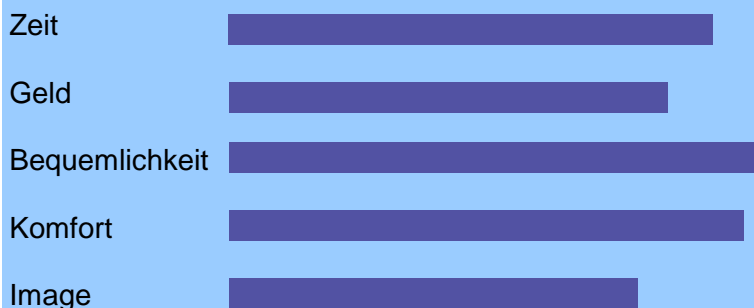
Idee

In der Sonne kann man sich je nach Hauttyp nur eine gewisse Zeit ungeschützt aufhalten, ohne sich einen Sonnenbrand zu holen. Doch wie lange das ist, wissen die wenigsten. Einen kostenfreien Abruf-Service per Mobiltelefon bietet jetzt der UV-Check an.

Doch wie lange das ist, wissen die wenigsten. Einen kostenfreien Abruf-Service per Handy bietet jetzt der UV-Check (www.uv-check.de) an, der vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt in Zusammenarbeit mit dem Berufsverband der Deutschen Dermatologen entwickelt wurde.

Um die Information über die persönliche Eigenschutzzeit der Haut zu erhalten, muß lediglich eine Anfrage per SMS gesendet werden. Bereits nach wenigen Sekunden kommt die Antwort-SMS.

Bewertung



Fazit

Dieser Service ist gleich in mehrfacher Hinsicht lohnend: zum einen spart er Zeit, ist bequem von überall zu nutzen und... kann sich als äußerst vorteilhaft für die eigene Gesundheit erweisen.

Service CASE

Branche

Soziale Dienste

Zielgruppe(n)

Privatkunden

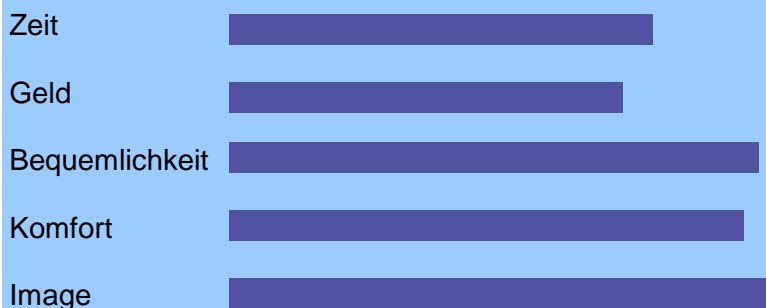
Idee

Einsame Senioren sind in Duisburg nur einen Anruf weit von Gesellschaft entfernt. Das Projekt «Die DuisBürger» stellt Senioren auf Abruf Menschen als Gesprächspartner und Begleitung zur Seite.

Der Service der Gesellschaft für Beschäftigungsförderung ist für die Senioren kostenlos. Finanziert werde das Projekt von der Arbeitsgemeinschaft Duisburg. Die Begleiter arbeiten als Ein-Euro-Jobbern.

«DuisBürger» startete bereits 2005 im Norden der Stadt. Seitdem wird er von den Senioren gut angenommen, sodaß der Service jetzt auch im Süden und Westen Duisburgs in Anspruch genommen werden kann.

Bewertung



Fazit

Soziale Entwicklungen bestimmen zusehends zeitgemäße Innovationen im Service. In diesem Fall wird zudem eine „neue Nähe“ zwischen den Bürgern einer Stadt geschaffen.

Service CASE

Branche

ÖPNV

Zielgruppe(n)

Geschäftskunden/Privatkunden

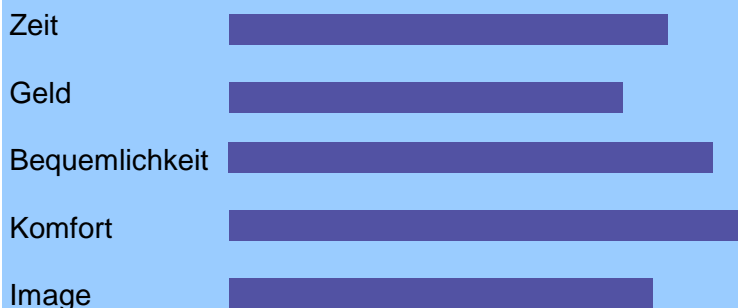
Idee

Wer vor dem Flug in den Urlaub dringend eine Handvoll Rauchmandeln, einen Schluck Warsteiner oder ACE-Saft braucht, dem wird auf den Flughafenlinien der S-Bahn in München nun geholfen.

In den Zügen der S1 und S8 wird z.Zt. ein Cateringservice getestet, wie es ihn bereits in den Regionalzügen der Deutschen Bahn gibt. Der Kaffee und die belegten Brötchen kommen frisch aus der Produktion eines Cateringunternehmens am Hauptbahnhof.

Insgesamt acht Caterer sind zwischen 6 und 22 Uhr und in jedem zweiten Zug unterwegs. Theoretisch zuckelt also alle 40 Minuten eine Bedienung vorbei (www.sueddeutsche.de).

Bewertung



Fazit

Ein Service muß sich flexibel den Lebensumständen der Kunden anpassen!. Das gelingt vorzüglich mit einem Angebot, welches sich gleich in doppelter Hinsicht auf den Kunden zubewegt.