

Praxis-Ratgeber

Dirk Zimmermann

Erfolgreiche eServices

**Maßgeschneiderte Lösungen
zur Erfüllung
zentraler Kundenbedürfnisse**

Service im Internet ist ein Spiegel rasanter Veränderungen heutiger Kundenbedürfnisse.

Personalisierte Angebote, individuelle Gestaltung, sozialbestimmte Nachfrage und zeitdynamische Nutzung sind Faktoren, die sich wert - oder prestigeerhöhend für die Anbieter auswirken können.

Begeisterung ist das Ziel, bei gleichzeitiger Befriedigung der Erlebnis- und Unterhaltungswünsche unterschiedlichster Kundentypen.

Einzigartigkeit und Unwechselbarkeit, bis hin zum „Snob-Effekt“ – etwas zu erhalten, was sonst keiner hat - , werden in der Nachfrage zunehmend bestimmend.

Dafür winken nicht nur eine längere durchschnittliche Anbietertreue, sondern auch wichtige Werbeeffekte durch positive Meinungsbekundungen und aktive Weiterempfehlungen.

Wichtig für den Erfolg des Kundenservice im Internet ist sicherlich das zu erwartende hochindividualisierte Ergebnis, wenngleich das „Prozeßerlebnis“ – etwas zu nutzen, was man selbst gestaltet hat – auch nicht minder zum Gesamteindruck beiträgt.

Glaubwürdigkeit und Attraktivität erzielen solche Serviceangebote, die eine wirkliche Auseinandersetzung mit Kunden und deren Wünschen erkennen lassen.

Selbstbewußte Kunden, die eine zunehmend kritische Haltung gegenüber Unternehmen, Marken und Angeboten zum Ausdruck bringen, zeichnen demnach auch verantwortlich für den Erfolg oder Mißerfolg von Serviceinnovationen.

Deshalb können - auch im Internet - nur maßgeschneiderte Serviceangebote, unter Berücksichtigung der Bedürfnisse, Lebensstile und Werthaltungen der Kunden, den Erfolg eines Unternehmens sichern.

Allerdings sind die Charakteristik der Märkte, Besonderheiten der Teilnehmer und Bedingungen in den Beziehungen genau zu berücksichtigen.

Die Zufriedenheit mit einem Anbieter ist die wichtigste Voraussetzung für eine lange Kundenbeziehung.

Gerade in Zeiten, wo Kunden durch äußere Bedingungen, wie z.B. wirtschaftliche Krisen, in ihrem Verhalten noch unberechenbarer werden, ist es für Anbieter wichtig durch ein hervorragendes Serviceportfolio die eigene Attraktivität zu erhöhen.

Einführung	2
Einfache Servicestrukturen	
Themen	4
Inhalte	5
Aufbau	6
Passende Serviceleistungen	
Anliegen	7
Lösungen	8
Nutzen	9
Attraktive Serviceangebote	
Gestaltung	10
Präsentation	11
Verfügbarkeit	12
Wertvolle Serviceeigenschaften	
Merkmale	13
Besonderheiten	14
Vorteile	15
Hervorragendes Serviceportfolio	
Deutsche Bahn	16
Elexia	17
Techniker Krankenkasse	18
Erfolgreiche eServices	19

Erfolgreiche eServices



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.

Service im Internet ist ein Spiegel rasanter Veränderungen heutiger Kundenbedürfnisse. Personalisierte Angebote, individuelle Gestaltung, sozialbestimmte Nachfrage und zeitdynamische Nutzung sind Faktoren, die sich wert - oder prestigeerhöhend für die Anbieter auswirken können. Begeisterung ist das Ziel, bei gleichzeitiger Befriedigung der Erlebnis- und Unterhaltungswünsche unterschiedlichster Kundentypen.

Dieses eBook geht der Frage nach, wie sich Unternehmen in Ihrem Serviceangebot auf die „neuen Wünsche“ der Kunden einstellen können und welche Aspekte bei der Gestaltung eines eigenen Serviceportfolios besonders zu beachten sind.

Dirk Zimmermann

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