

## Titel

- „Service ist in – ein Kundenliebling entwickelt sich“

## Hintergrund

- Unternehmen, egal aus welchen Segmenten und Branchen, mit welchen Produkten, und Dienstleistungen sind auf den Geschmack gekommen und nutzen die per se positive und gewinnende Ausstrahlung des „Service“ zur Initiation, zur Entwicklung und zur Festigung von Kundenbeziehungen. Aber ist alles „Service“, was in irgendeiner Weise mit dem angebotenen Produkt oder der Dienstleistung in Verbindung steht: oder macht es einen Unterschied, ob es sich dabei um eine selbstverständliche Kernleistung handelt oder echte Zusatznutzen geliefert werden.

## Inhalte

- Entwicklungen im Service-Verständnis
- Veränderungen in den Service-Merkmalen
- Neuerungen bei den Service-Voraussetzungen
- Aussichten auf die Service-Entwicklung

## Nutzen

- Wertvolle Einblicke in die Entwicklung des Servicebewußtseins
- Wichtige Einsichten zum Umgang mit der Servicebedeutung
- Relevante Empfehlungen zur Gestaltung von Servicewerten

## Zielgruppe

- Führungskräfte aus den Bereichen Management, Marketing, Vertrieb und Service

## Referent

- Dirk Zimmermann: Direktor des X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®, dem führenden Forschungsunternehmen im Bereich „Service- und Kommunikationsentwicklung“ mit Büros in Berlin, Frankfurt/Main und Hamburg

## Durchführung

- Weitere Informationen zu Einsatzmöglichkeiten z.B. als Impulsvortrag bei Veranstaltungen, Tagungen und Kongressen sowie zur Buchung erhalten Sie unter [vortraege@DieServiceForscher.de](mailto:vortraege@DieServiceForscher.de)