

Service CASES

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

Volume 10

Service CASE

Branche

Medizin

Zielgruppe(n)

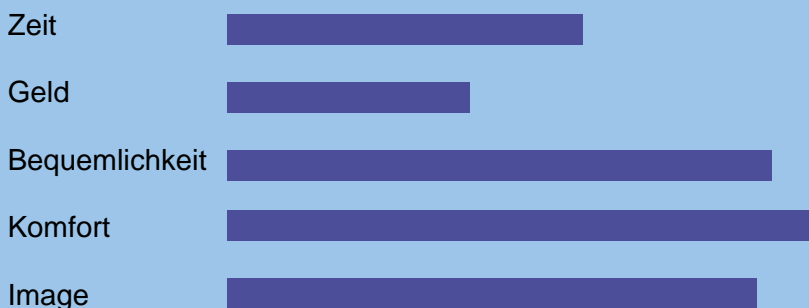
Privatkunden

Idee

Den Patienten der Zahnarztpraxis KU 64 (www.ku64.de) in Berlin bietet sich ein besonderer Service. Im Sommer garantiert eine Klimaanlage in den Behandlungszimmern und der Wartelounge angenehme Temperaturen. Darüber hinaus versorgt das Team der Praxis den Patienten permanent mit gekühlten Getränken, frischem Obst und - für den Fall, daß sich dieser hinaus auf die große Dachterrasse wagen - selbstverständlich auch mit Sonnencreme. Eine auf die Wünsche abgestimmte Musikauswahl ermöglicht in der Praxis auch während der Behandlung ein entspanntes Feeling.

Wenn's beim Zahnarzt mal etwas länger dauert, kann sich der Patient während der Behandlung bei einem DVD-Film oder mit Musik entspannen. Die moderne Anlage mit Videobrille läßt ihn tatsächlich in anderen Gefilden "schweben". Zudem kann der Patient auch seine eigene DVD mitbringen

Bewertung



Fazit

Ein Service, der den Kunden nach allen regeln der Kunst verwöhnt! Hier wird die medizinische Dienstleistung - fast schon - zur Nebensache. Zudem sorgt das Wohlfühlerlebnis für gute Behandlungsvoraussetzungen.

Service CASE

Branche

Handel

Zielgruppe(n)

Geschäftskunden

Idee

Internet Eyes (<http://interneteyes.co.uk/>) ist ein neuer Service für Einzelhändler in Großbritannien. Prinzip: Der Ladenbetreiber installiert eine Überwachungskamera in seinem Geschäft, die Bilder ins Netz sendet. Surfer, die sich auf einer speziellen Plattform registrieren, bekommen die Bilder der Kamera auf ihrem Monitor daheim angezeigt.

Beobachten Sie einen Kunden beim Ladendiebstahl, können sie den Ladenbesitzer per Mausclick alarmieren. Für Ladenbesitzer ist der Service kostenlos. Die Internet-Detektive zahlen ca. 2,30 Euro pro Monat; führt ihr Hinweis dazu, daß ein Dieb gefaßt wird, erhalten sie eine Prämie von 1.170 Euro.

Bewertung



Fazit

Dieser Service ist aus der Rubrik: „Kunden machen es selbst“ - und müssen sogar noch dafür bezahlen. Allerdings stecken darin auch nicht zu unterschätzende Kundenbindungseffekte und wenn es der Kunde richtig macht, profitiert auch er finanziell.

Service CASE

Branche

Internet

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

ThredUP (www.Thredup.com) ist eine Tauschbörse für gebrauchte Babykleidung. Das Konzept: Eltern packen jeweils 15 gebrauchte Baby-Kleidungsstücke in ein Paket und bieten es auf der Webseite an (samt Inhaltsangabe).

Andere Nutzer können es für fünf Dollar plus Porto kaufen. Eltern, die ein Paket verkauft haben, haben das Recht, ein Paket anderer Eltern über die Seite zu erwerben. 92 Prozent aller Kleidungs-Sendungen werden vom Empfänger als gut bewertet.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der die Bedürfnisse der Kunden gut (v)ermittelt! Zudem wird dadurch dem kulturellen Trend zum „Wiederverkauf“ in jeder Hinsicht Rechnung getragen. Letztlich profitiert von diesem Service nicht nur der Kunden, sondern auch die Umwelt.

Service CASE

Branche

Internet

Zielgruppe(n)

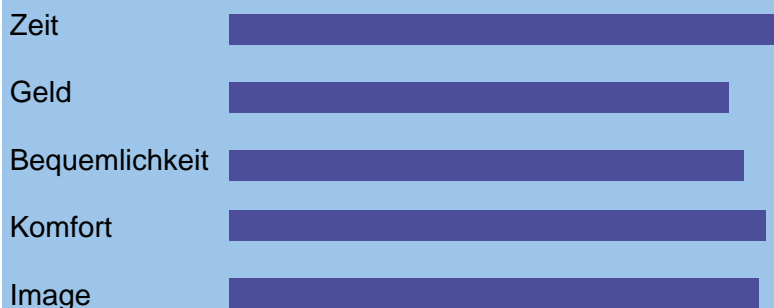
Privatkunden

Idee

Codecheck (www.codecheck.info) ist ein Online-Produktlexikon, das kritischen Konsumenten und Konsumentinnen bei ihren Kaufentscheidungen zur Seite steht. Die Plattform trägt mit ihren Fachinformationen zu den Inhaltsstoffen eines Produktes und Expertenmeinungen zur Transparenz im Markt bei. Gleichzeitig ist sie ein Ort, an dem sich Konsumenten über Produkte austauschen können. Mit innovativer Technologie bringt Codecheck diese Informationen dorthin, wo Fragen anfallen – in den Laden vor das Regal.

Die Idee von Codecheck ist, dass Kunden informiert einkaufen und ihre Produktwahl nach individuellen Kriterien optimieren können, egal ob sie vor allem auf Produktionsbedingungen und –methoden schauen oder Vorlieben für gewisse Produzenten oder Vertrieber hegen, ob sie gewisse Inhaltsstoffe nicht vertragen oder sie aus ideologischen/religiösen Gründen ablehnen.

Bewertung



Fazit

Ein Service mit aufklärerischer Wirkung! Kunden können sich immer und überall tiefgehend informieren und dabei noch persönliche Präferenzen einbeziehen. Zudem kann man die eigenen „Erkenntnisse“ auch mit anderen teilen.

Service CASE

Branche

Internet

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Das Unternehmen RentTheRunway (www.renttherunway.com) vermietet Ballkleider auf Tagesbasis.

Auf der Webseite können sich weibliche Kunden Kleider ausleihen, die typischerweise nur einmal getragen werden – also Ball- oder Brautkleider.

Die Miete beträgt zehn Prozent des Kaufpreises. Kundinnen bekommen das jeweilige Teil immer in zwei verschiedenen Größen zugeschickt, damit es auch paßt. RentTheRunway ist auf teure Designerkleidung spezialisiert.

Bewertung



Fazit

Warum lange suchen, wenn der - passende - Service ist so nah! Bequem und zeitsparend zielt dieses Serviceangebot auf einen der vielen Wünsche von Frauen ab. Dafür hat es allerdings auch seinen Preis.