

ELEKTRONIK

Einführung eines erfolgreichen Servicemarketings

Aufgabenstellung

Ein Unternehmen in der Elektronik will seinen Kundendienst an die notwendigen Erfordernisse eines modernen Marketings heranführen. Traditionell als „Cost-Center“, verstanden sollte der begleitende Service in Zukunft seine Leistungen zu bezahlbaren Produkten entwickeln und diese im Rahmen der Kundenbeziehungen vermarkten.

Im Rahmen der neuen Marktausrichtung erhält das Institut den Auftrag für das vorhandene Serviceportfolio ein geeignetes Marketing- und Kommunikationskonzept zu entwickeln und dabei erfolgreich auf die Anforderungen der Kunden einzustellen.

Zielsetzung

Entwicklung eines Konzeptes für ein professionelles Servicemarketing unter Einbindung existierender Kundenanforderungen und den Voraussetzungen aus dem gewachsenen Kundendienst und Begleitung des Unternehmens bei der Einführung entsprechender Maßnahmen.

Umsetzung

Analyse der Voraussetzungen für ein Servicemarketing

- Potentiale im vorhandenen Serviceportfolio
- Anforderungen an moderne Serviceprodukte
- Bedingungen für eine erfolgreiche Servicevermarktung

Workshops zur Entwicklung eines professionellen Servicemarketings

- Bestimmung der Vermarktungsstrategie
- Festlegung der Marketingmaßnahmen
- Vereinbarung der Kommunikationskampagnen

Coaching bei der Einführung der Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen

- Beratung bei der Vorbereitung des Marketingprojektes
- Begleitung bei der Realisation der einzelnen Kommunikationsmaßnahmen

Controlling der Erfolge in der Service-Vermarktung

- Bewertung der Marketing-Einführung (Ergebnisse/Erfolge)