

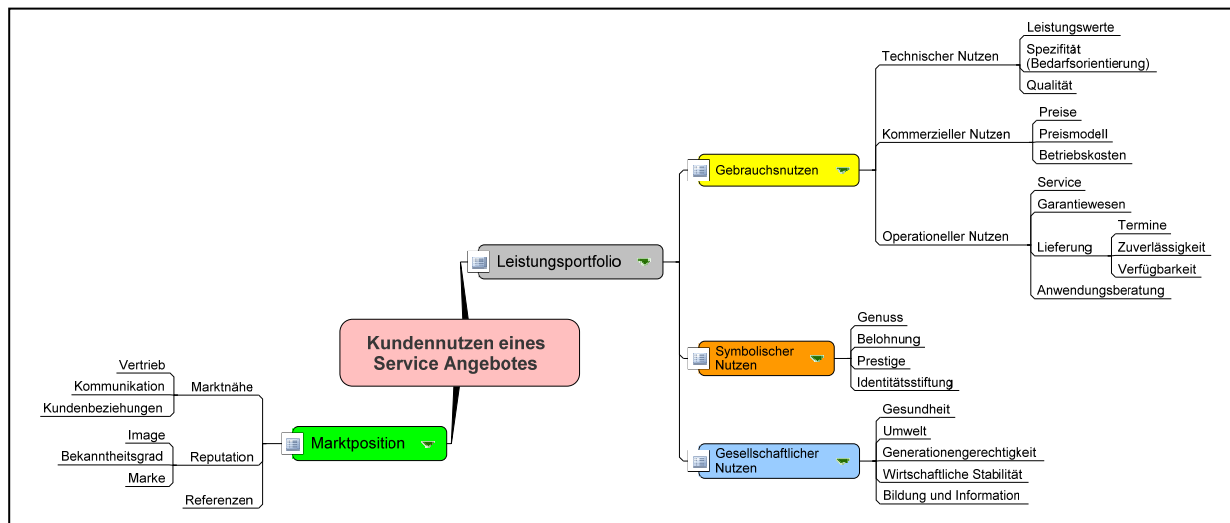
Projekt

- Analyse: Prüfung des Servicenutzens („Service**KNA**®“)

Ansatz

- Die Kundenorientierung im Service ist entscheidend: 1. Entspricht Ihr Serviceangebot den Bedürfnisse der Kunden? 2. Welche Ergebnisse kann der Kunde erwarten, wenn er Ihre Serviceleistungen in Anspruch nimmt? 3. Wie ist die Qualität Ihrer Serviceerbringung insgesamt? Dahinter steht eine Fülle von Einzelfragen. In der Summe umreißen Sie alle den Nutzen, den ein Kunde bei Ihrem Serviceangebot wahrnimmt.
- Es ist erwiesen, daß ein Kunde sich nur dann für Ihr Angebot entscheidet, wenn Sie ihm den höchsten, von ihm tatsächlich wahrgenommenen Nutzen unter allen Anbietern bieten. Das ist der Kundennutzen. Ist Ihnen der tatsächliche Kundennutzen Ihres Serviceangebotes bekannt, erhalten Sie damit eine Fülle von Informationen zur treffsicheren Gestaltung Ihres zukünftigen Markterfolgs.

Methode



- Mit der **KNA**® („Kundennutzenanalyse“) Methodik steht eine seit über 20 Jahren bewährte Methodik zur Verfügung, Kundennutzenwerte in einer bislang unbekanntenen Präzision und Umfänglichkeit zu bestimmen.
- Das Beispiel einer Service **KNA**® Struktur für eine bestimmte Dienstleistung sehen Sie in der obenstehenden Grafik. Sie zeigt die Marktanforderungen an eine definierte Serviceleistung. Daran werden die Leistungen aller Anbieter gemessen.

Inhalte

- Mit der Methodik der Kundennutzenanalyse („Service**KNA**®“) bestimmen wir den Kundennutzen Ihres Serviceangebotes und den Ihrer wichtigsten Wettbewerber in einer bisher nicht gekannten Genauigkeit. Gleichmaßen können auch entsprechende Kundenzufriedenheitswerte ermittelt werden.
- Alle erforderlichen Eingabeinformationen werden auch im Umfeld Ihrer Kunden erhoben.
- Eine erste Grobanalyse kann innerhalb eines Tages erstellt werden und liefert bereits sehr belastbare Ergebnisse. Diese kann – falls erforderlich – jederzeit weiter vertieft werden.

Ergebnisse

- Direktes Ergebnis einer „Service**KNA**®“ Untersuchung ist ein Paket von Handlungsempfehlungen – ein Marketing Mix - zur nachhaltigen Gestaltung der zukünftigen Markterfolge Ihres Serviceangebotes. Dieses Paket kann in Hinblick auf Kosten und zeitliche Wirksamkeit optimiert werden.
- Die damit zu erzielenden Verbesserungen Ihres Kundennutzens liefern direkte Erkenntnisse über mögliche, zukünftige Marktanteilsverbesserungen.
- Diese sind dann auch eine belastbare Basis für eine Reihe von Elementen Ihrer Unternehmensplanung, wie z. B. Marktentwicklungen, Produktgestaltung, Preispolitik, Chancen - Risikoanalysen und dgl. mehr.

Durchführung

- Für weitere Informationen zur Durchführung einer Analyse „Prüfung des Service Nutzens " und zu einem Angebot z.B. für eine erste Grobanalyse senden Sie uns eine ePost an: vertrieb@DieServiceForscher.de