

Service CASES

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

Volume 12

Service CASE

Branche

Optiker

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Der Unternehmen Brille24 (www.brille24.de) bietet seinen Kunden einen zusätzlichen innovativen Service: Via 3D-Online-Anprobe können alle rund 600 Brillenmodelle aus dem Sortiment anprobiert und von allen Seiten betrachtet werden.

Für die 3-D-Online-Anprobe benötigen die Anwender lediglich eine Webcam, sowie ein Plugin für ihren Browser, welches kostenlos heruntergeladen werden kann. Mit wenigen Klicks kann der Kunde dann die Brillenmodelle anprobieren.

Im Zusammenspiel aus Gesichtserkennung und 3D Modellen der Brillengestelle wird so ein realistisches, virtuelles Bild des Kunden mit der ausgewählten Brille dargestellt. Wer als Entscheidungshilfe gern auf die Familie und Freunde setzt, kann während der Anprobe ein Foto aufnehmen und dieses per E-Mail versenden.

Bewertung



Fazit

Eine sehr vorteilhafte Verbindung von moderner Technologie und kundenorientiertem Service! Das Bedürfnis nach Komfort und Bequemlichkeit wird mit den Möglichkeiten des modernen Internets intelligent unterstützt.

Service CASE

Branche

Versicherung

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Das Unternehmen Ergo Direkt (www.ergo-direkt.de) hat mit "Unfallschutz 48" eine neuartige Applikation auf den Markt gebracht. Der Clou dabei: Die Police kann direkt via Smartphone abgeschlossen werden, sie gilt für genau 48 Stunden und kostet 99 Cent, die über die Mobilfunkrechnung abgerechnet werden.

Gedanken über Kündigungstermine oder Laufzeiten muß sich niemand mehr machen. Die Kurzzeitversicherung bietet im Schadenfall ein Krankenhausgeld von 50 Euro, Rettungskosten in Höhe von bis zu 5000 Euro und bei Unfalltod eine Einmalzahlung an die Angehörigen in Höhe von 50 000 Euro.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der sich exakt an die Lebenssituation des Kunden anpaßt! Schnell, direkt und flexibel wird hier ein wichtiges Kundenanliegen gelöst. Und, der Kunde zahlt nur für das, was er in diesem Moment wirklich braucht.

Service CASE

Branche

Telekommunikation

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Das Unternehmen Voxiva (www.voxiva.com) bietet spezielle Coaching-Applikationen für das Smartphone an. Wer mit dem Rauchen aufhören möchte oder ein mobil-gesteuertes Diabetes-Management sucht, wird bei Voxiva fündig.

Kürzlich hat das Unternehmen mit der US-Regierung zusammen Text4Baby entwickelt, eine Applikation speziell für werdende Mütter, die Informationen zu Gesundheit und Schwangerschaft vermittelt.

Bewertung



Fazit

Ein Serviceangebot, welches sich der zunehmenden Mobilität der Kunden gerecht wird. Kunden suchen nach einfachen Lösungen, die sich unauffällig, aber wirksam in den Alltag integrieren lassen.

Service CASE

Branche

Medizin

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Amerikaner, die schwer erkrankt sind, können einen neuen Service in Anspruch nehmen: Der Dienstleister ExpertConsensus (www.expertconsensus.com) verspricht, für ihr Leiden den weltweit besten Experten ausfindig zu machen.

Preis einer Konsultation (ohne Behandlung): 20.000 Dollar. ExpertConsensus recherchiert in aktuellen wissenschaftlichen Veröffentlichungen, erstellt eine Zusammenfassung und wählt drei bis fünf Ärzte aus, die eine Diagnose erstellen sowie Therapievorschlage machen.

Die meisten Kunden sind an Krebs oder Parkinson erkrankt.

Bewertung



Fazit

Ein besonderer Service, der seinen Preis hat! Hier verbindet sich hohe Kundenorientierung mit ausgesuchter Kompetenz. Informationen sind heute wichtig, manchmal lebenswichtig und sie bedürfen einer besonderen Recherche.

Service CASE

Branche

Gesundheit

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Das Unternehmen CaloryCoach (www.calorycoach.de) unterstützt Frauen auf ihrem Weg zum Wohlfühlgewicht. Mit einem ganzheitlichen Ansatz. Dabei ermitteln die Kursleiterinnen zu Trainingsbeginn den Körperstatus der Kundin.

Es geht bei dem neuen Konzept nicht darum, Kalorien zu zählen, sondern ein Gespür für den Energie- und Nährstoffgehalt der Lebensmittel zu entwickeln, die man am liebsten isst.

Das Schwerpunktthema Ernährung in Kombination mit einer gezielten 30-minütigen Bewegung im Zirkel zwei- bis dreimal pro Woche und der intensiven Betreuung sollen dabei zu langfristigen Erfolgen führen.

Bewertung



Fazit

Ein Service zum Wohlfühlen! Dabei geht es um die gezielte Befriedigung persönlicher Bedürfnisse und das gute Gefühl: „Hier wird mir gezielt geholfen“.