

Service CASES

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

Volume 14

Service CASE

Branche

Handel

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Leila (www.leila-berlin.de) ist eine Leihplattform für Gegenstände aller Art: Werkzeuge, Haushaltswaren, Gartenmöbel, Sportgeräte, Spielsachen, Bücher, etc. Jeder Nutzer bringt einen Gegenstand oder mehrere in den gemeinsamen Leihpool mit ein. Er entscheidet dann, ob der Gegenstand an Leila verschenkt oder ausgeliehen wird.

Jeder der einen Gegenstand leiht, wird Mitglied der Gemeinschaft und erhält eine namentliche Leila-Karte vergleichbar mit einer Bibliothekskarte. Die Ausleihe der Gegenstände aus dem Pool ist für Mitglieder unentgeltlich, aber zeitlich befristet. Je nach Anzahl der eingebrachten Gegenstände können im Gegenzug entsprechende Gegenstände von den Mitgliedern ausgeliehen werden.

Bewertung



Fazit

Lieber gemeinsam öfter nutzen, als allein schnell wieder wegwerfen! Das ist das Motiv für diesen neuen Service, der dem Wunsch nach einer Lösung für „nachhaltigen Konsum“ ebenso gerecht wird, wie dem Bedürfnis nach dem „sozialen Erlebnis“ in der Gemeinschaft.

Service CASE

Branche

Autovermietung

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Autobesitzer können zum ersten Mal in Deutschland ihr Auto an Fahrer in der Nachbarschaft vermieten. Alle Fahrzeuge sind automatisch während der Vermietung versichert. Die Abwicklung findet über eine neue und leicht bedienbare Internetplattform statt.

Für Autobesitzer ist der Dienst kostenlos. Sie stellen ihre Autos auf der eigens dafür entwickelten Website zur Verfügung, wo diese fortan von Fahrern aus der Umgebung gefunden und gebucht werden können. Dabei legt der Autobesitzer die Bedingungen selbst fest; etwa wo, wann und zu welchem Preis er sein Auto vermieten möchte.

Der Mieter kann die Angebote bequem online vergleichen und unverbindliche Anfragen an die Autobesitzer stellen. Sind beide einverstanden, dann zahlt er sowohl dem Vermieter als auch dem Anbieter tamyca (www.tamyca.de) eine Vergütung.

Bewertung



Fazit

Service in der sozialen Kohorte! Mit dem Nachbarn das Auto zu teilen verstärkt nicht nur die Bindung untereinander und im „Kiez“, sondern fördert auch den Wunsch nach mehr ökologischen Dienstleistungen.

Service CASE

Branche

Handel

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Larovo (www.larovo.com) ist eine unabhängige und objektive Online-Kaufberatung und will damit schnell und kostenlos Konsumenten bei der Kaufberatung helfen.

Zunächst werden über einen Fragebogen die Anforderungen und Bedürfnisse des Käufers ermittelt. Danach erhält dieser geeignete Produktempfehlungen und zusätzliche Informationen, wie Preisvergleich, Testberichte und Kundenmeinungen.

Zudem hat der Kunde die Möglichkeit, sich die Empfehlungen als E-Mail zustellen zu lassen. Damit kann er dann in Ruhe entscheiden, ob und welches Produkt er kaufen möchte.

Bewertung



Fazit

Service als Zeitgeschenk! Der Kunde profitiert davon, daß ihm bei der Suche und Auswahl seines „Wunschproduktes“ professionell assistiert wird. Daneben erhält er noch nützliche Informationen zum Kaufentscheid.

Service CASE

Branche

Fluggesellschaften

Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

Idee

Eingeklemmt zwischen Leuten, die einem aus irgendwelchen Gründen nicht passen, und das viele Stunden lang: Da wünscht man sich manchmal, sich seine Sitznachbarn im Flugzeug selber aussuchen zu können. Das ist bei der niederländischen KLM (www.klm.com) nun seit Februar möglich mit dem Angebot „Meet & Seat“. Via soziale Medien à la Facebook kann man auswählen, neben wem man während des Flugs sitzen wird

So können Passagiere ihre Buchungen 90 Tage bis 48 Stunden vor Abflug mit ihrem Profil von Facebook oder LinkedIn verbinden. Im Sitzplan sind die Profildaten anderer Passagiere sichtbar sowie welchen Sitzplatz sie ausgewählt haben. So kann man zum Beispiel einen Platz neben einer Person mit ähnlichen Interessen auswählen. Derzeit ist der Service allerdings nur für Interkontinentalflüge ab und nach Amsterdam nutzbar.

Bewertung



Fazit

Gleich und gleich gesellt sich gern! Ein Service, der diesen Wunsch gezielt unterstützt. So wird der Flug zum gesellschaftlichen Stelldichein und kann vielseitig genutzt werden.

Service CASE

Branche

Bibliotheken

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Wer aufgrund von Alter, Krankheit oder Behinderung ans Haus gebunden ist und nicht mehr selbst eine Bücherhalle aufsuchen kann, kann den Medienlieferservice der Hamburger Bücherhallen (www.buecherhallen.de) in Anspruch nehmen. Der Medienbote kommt - immer nach telefonischer Voranmeldung und ausgestattet mit einem offiziellen Medienboten-Ausweis - einmal pro Monat ins Haus, bringt die zuvor bestellten Hörbücher, Großdruckbücher, Romane oder Sachliteratur mit.

Das Schöne ist: Er oder sie hat viel Zeit und liest auch gerne vor. Da die Ehrenamtlichen immer die gleichen Kunden betreuen, kann sich so auch eine langfristige und vertrauensvolle Beziehung entwickeln. Für die Kunden ist dieser Medien-Service kostenlos. Alles, was sie brauchen, ist eine Bücherhallen-Kundenkarte für 15 Euro pro Jahr, deren Gebühr aber bei Bedarf auch erlassen werden kann.

Bewertung



Fazit

Ein schöner Service von Mensch zu Mensch! Die persönliche Begegnung und die Entwicklung einer Beziehung zum Kunden steht hier im Mittelpunkt des Angebots.