

# Service CASES

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

*Volume 13*

# Service CASE

## Branche

Lebensmittelgeschäfte

## Zielgruppe(n)

Privatkunden

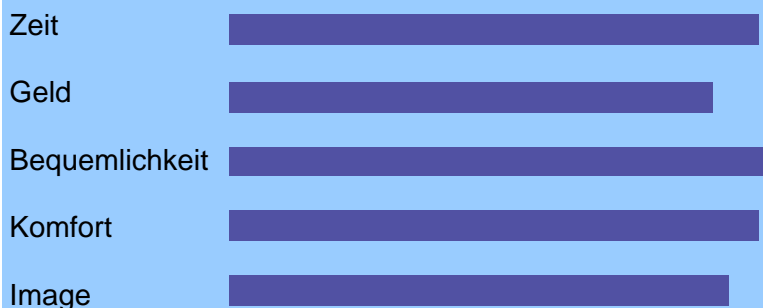
## Idee

Den Menschen das Kochen so einfach wie möglich zu machen entwickelt sich zur Dienstleistung. Beispiel: Das „Begehbare Kochbuch“ ([www.kochhaus.de](http://www.kochhaus.de)) in Berlin. In diesem Lebensmittelgeschäft sind die Produkte nicht nach Warengruppen sortiert, sondern auf Rezept-Tischen arrangiert.

Wer eines der Gerichte kochen will, nimmt sich eine kleine Rezept-Karte und alle Zutaten einfach vom Tisch (sie sind schon vorportioniert). Auf Wunsch werden die Zutaten auch nach Hause geliefert.

Zum Service gehört natürlich auch eine Schritt-für-Schritt-Kochanleitung, damit das Menü auch wirklich jedem gelingt. Kochkurse und Events rund ums Kochen runden das Angebot ab.

## Bewertung



## Fazit

Wenn Service einfach einfach ist! Konzentration auf das Wesentliche bestimmt den Kern dieser neuen Dienstleistung. Besonders geeignet für solche Kunden, denen es bisweilen an der nötigen Zeit und Muße mangelt..

# Service CASE

## Branche

Wissensplattformen

## Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

## Idee

Der Auskunftsdienst JustAnswer ([www.justanswer.de](http://www.justanswer.de)) hat sich auf Anfragen spezialisiert, zu denen normale Suchmaschinen keine Antworten liefern. Die meisten Anfragen drehen sich um medizinische oder rechtliche Themen.

JustAnswer leitet die Fragen an ein Team aus Anwälten, Ärzten und Professoren weiter. Die Dringlichkeit sowie den Preis den der Kunde für die Antwort bezahlen möchte bestimmt dieser dabei selbst.

Mittlerweile hat sich JustAnswer zur weltweit größten Online-Plattform für Fragen aller Art entwickelt, der alleine in Deutschland seit 2009 über 100.000 registrierte Nutzer vertrauen.

## Bewertung



## Fazit

Genau die Antwort, die ich brauche! Ein Service, der gezielte Informationen vermittelt und sich dabei auch noch auf die Bedingungen des Kunden für die Nutzung eigens einstellt.

# Service CASE

## Branche

Logistik

## Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

## Idee

Die Plattform [tiramizoo \(www.tiramizoo.com\)](http://www.tiramizoo.com) ermöglicht einfachen Zugang zu lokalen Lieferdiensten für jeden, jederzeit und überall. tiramizoo bietet seinen Nutzern Logistik-Lösungen für alle Bereiche des täglichen Geschäfts- und Privatlebens und ermöglicht, neben der Ersparnis wertvoller Zeit, eine deutliche Reduktion von Verkehr und CO2 Emissionen. tiramizoo steht für einen gesunden und nachhaltig umweltfreundlichen Lifestyle.

tiramizoo entwickelt einen weltweiten Marktplatz für Logistik- und Lieferdienste durch Anbindung existierender Kuriere und Lieferinfrastruktur in Ballungsräumen. Dadurch fördert tiramizoo ein weitreichendes Bewußtsein für den Nutzen von Lieferdiensten im Gegensatz zu individuellen PKW-Fahrten. Der Dienst kann bisher in folgenden Städten genutzt werden: Berlin, Hamburg, Köln, Nürnberg und München.

## Bewertung



## Fazit

Die Bündelung nützlicher Informationen steht im Zentrum dieses Serviceangebotes. Der Kunde findet schnell und einfach die gewünschte Lösung und kann zudem noch mit gutem Gewissen handeln.

# Service CASE

## Branche

Buchhandlungen

## Zielgruppe(n)

Privatkunden

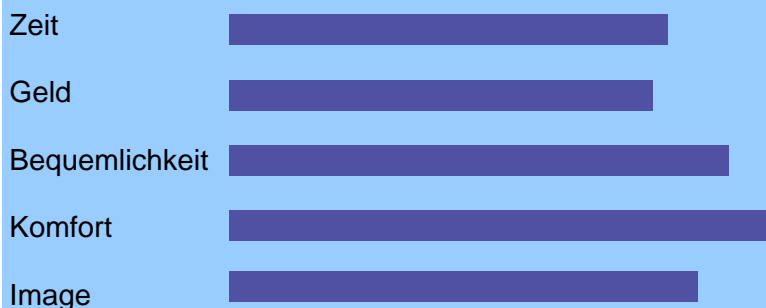
## Idee

Für alle Bücherfreunde und Geschichtensucher bietet die Bundhandlung stories! in Hamburg ([www.stories-hamburg.de](http://www.stories-hamburg.de)) das Besondere im Alltäglichen.

stories! hat es sich zur Aufgabe gemacht die Vielfalt der Bücher zu sichten und Orientierung zu schaffen. Daraus wird das aktuelle Sortiment entwickelt und dabei der Geschmack der Kunden miteinbezogen.

In zwei Ladengeschäften im Eppendorfer Falkenriedquartier und im Hanseviertel in der Innenstadt ist der Kunde überdies eingeladen, in einem speziell dafür eingerichteten Lesesaal ungestört in Geschichten zu versinken und sich inspirieren zu lassen.

## Bewertung



## Fazit

Die Erfüllung ausgesuchter Kundenbedürfnisse macht diesen Service so einzigartig: Erleichterung und Vereinfachung als Ziel, Emotionalität und Erlebnis als Inhalt.

# Service CASE

## Branche

Automobilwerkstätten

## Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden






## Idee

Das Geschäft von Autowerkstätten wird demnächst digital transformiert. Wohin die Entwicklung geht, zeigt Body Shop Bids ([www.bodyshopbids.com](http://www.bodyshopbids.com)).

Über diese Internetplattform können Autobesitzer Angebote für eine Reparatur einholen. Prinzip: Nutzer laden ein Foto des Schadens, etwa von einem verbeulten Kotflügel, hoch, Autowerkstätten können dann auf den Reparaturauftrag bieten. Kunden erhalten die Angebote innerhalb von 24 Stunden per E-Mail zugeschickt.

Bislang sind an die Plattform 160 Werkstätten im Raum Chicago angeschlossen; mithilfe einer speziellen Applikation von Body Shop Bids können Autofahrer sogar von unterwegs ihre Fotos hochladen.

## Bewertung

Zeit	
Geld	
Bequemlichkeit	
Komfort	
Image	

## Fazit

Ein bequemer Service - nicht nur - für zuhause, der dem Kunden auch noch richtig Zeit und Geld sparen kann. Zudem sorgen technologische Entwicklungen für erweiterte Nutzungsmöglichkeiten.