



KUNDENSERVICE 2.0

Strategisches Leistungsmanagement im Dienstleistungssektor

Auswirkungen der Servicequalität auf den
Unternehmenserfolg

Strategisches Leistungsmanagement im Dienstleistungssektor

Auswirkungen der Servicequalität auf den Unternehmenserfolg

- Ø Es gibt im gesamten Markt eine zunehmend dynamische Entwicklung zu einer rein monetären «Dienstleistungsbewertung». Qualitäts- und kundenorientierte Leistung und der damit verbundene Unternehmensnutzen ist derzeit in der Kundenkommunikation nicht messbar. Somit sind die Kosten das bestimmende Element. All dies treibt die bereits existierende Preisdumpingspirale in den Unternehmen weiter voran.
- Ø Dies hat zur Folge, dass die strategischen Entscheidungen in diesem Bereich primär aufgrund von kostenrelevanten Kriterien getroffen werden, mit weitreichenden Folgen für die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung.



Kennzahlen für den strategischen Unternehmenserfolg

Auswirkungen der Servicequalität auf den Unternehmenserfolg

- Ø Finanzielle Dimension: Klassische finanzielle Kennzahlen vor allem für Anteilseigner.
- Ø Innovations- und Mitarbeiterdimension: Beschreiben, wie sehr das Unternehmen auf die zukünftigen Entwicklungen ausgerichtet ist und wie es auf die eigenen Mitarbeiter und ihr Engagement wirkt.
- Ø Prozess- und Ressourcendimension: Beschreiben, wie gut oder schlecht interne Prozesse bezüglich Zeit, Qualität, Kosten ablaufen.
- Ø Markt- und Kundendimension: Bilden die Kundenmeinung und Kundeneinstellung gegenüber dem Unternehmen ab.



Betriebswirtschaftliche Fragen zur Servicequalität

Auswirkungen der Servicequalität auf den Unternehmenserfolg

- Ø Was ist der konkrete Wert meines (eines) Kunden ?
- Ø Was darf guter Kundenservice kosten ?
- Ø Was genau tragen
 - Kundenzufriedenheit,
 - Kundenbindung und
 - Wiederkauf-Wahrscheinlichkeitzum Unternehmenserfolg bei ?

- Ø Wieviel Servicequalität muss ich im Wettbewerb leisten?



Was will KUNDENSERVICE 2.0 erreichen ?

Auswirkungen der Servicequalität auf den Unternehmenserfolg

- Ø Aufzeigen der betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von Servicequalität auf den Unternehmenserfolg
- Ø Bereitstellung eines methodischen Ansatzes und Modells der "Leistungsrechnung" sowie ihre Verwendbarkeit in der Kundenkommunikation
- Ø Entwicklung von Software-Tools zur Implementierung der Leistungsrechnung in Unternehmen



KUNDENSERVICE 2.0