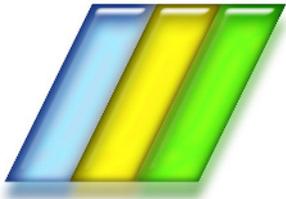


# Kunden gewinnen ist das eine. Kunden behalten das andere.



**Der Verdrängungskampf im Markt ist lanciert und deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre kostbare Zeit und Energie**

**für Ihr Kerngeschäft einsetzen, denn es gilt: Verbesserte Wertschöpfung durch die Auslagerung von Prozessen ausserhalb des Kerngeschäftes! Während unserer langjährigen Beratertätigkeit haben wir festgestellt, dass die Arbeitsabläufe und die Schnittstelle zwischen Treuhand, Immobilien und Marketing nicht immer optimal gelöst sind. Wir garantieren Ihnen eine kompetente Durchführung der Aufträge und als erfahrene Berater erkennen wir die Zusammenhänge, insbesondere beim Ineinandergreifen der einzelnen Fachgebiete.**

## Neukunden

Um neue Kunden zu akquirieren, Umsätze und Gewinne zu steigern und die Marktdurchdringung zu erhöhen, werden heute immer ausgefeiltere Marketing- und Vertriebsmethoden eingesetzt. Dienstleistungen sind nicht physisch greifbar und meistens werden sie im gleichen Moment produziert und konsumiert. Dies macht es für den Kunden schwierig, die Qualität der Dienstleistung im Voraus einzuschätzen.

Er weicht daher oft auf Anhaltspunkte aus, die ihm einen Hinweis darauf geben könnten, welche Qualität er erwarten darf: Meist sind dies fassbare Elemente rund um eine Dienst-

leistung – die Physical Facilities, Räumlichkeiten, in welchen Kundenkontakte stattfinden oder wo die Dienstleistung erbracht wird. Man kann auch von der Service-Umgebung sprechen: Architektur, Beschriftung, Signaletik, Design und Ausstattung, das Erscheinungsbild der Mitarbeitenden sowie auch Drucksachen, der Internet-Auftritt oder die Fahrzeugflotte.

## Beispiel: Der Monteur

Wenn ein Kunde nun einen schmutzige gekleideten, Zigaretten rauchenden Monteur in einem verbeulten Kleinwagen mit defektem Auspuff und entsprechend üblen Abgasen auf der Strasse sieht, wird er nicht davon ausgehen, dass dieser Monteur der beste der Stadt ist. In diesem Fall ist das sorgfältige Management der Physical Facilities für den Unternehmenserfolg massgebend, denn die Aufträge werden ausbleiben.

## Verpackung von Dienstleistungen

Ähnlich der Verpackung bei Produkten, ist die Service-Umgebung gewissermassen die Verpackung bei Dienstleistungen. Eine Produktverpackung soll ein bestimmtes Bild darüber vermitteln, was die Verpackung beinhaltet und oft auch Emotionen wecken. Nicht anders ist es bei der Service-Umgebung. Die Service-Umgebung ist der Auftritt der Unternehmung dem Kunden gegenüber und steuert grösstenteils die Erwartungen des Kunden an den Service selber.

Interessanterweise werden heute aber nicht die gleichen Mittel und Ressourcen in die Ver-

packung von Dienstleistungen investiert, wie in eine Verpackung von Produkten. Es gibt bereits bekannte Unternehmen, die heute schon mehr Wert auf die Verpackung von Dienstleistungen legen. Die Service-Umgebung wird passend zur Marke gestaltet, es wird mit visuellen Metaphern gearbeitet, um so die Werte der Unternehmens- und Serviceleistungsfähigkeit zu kommunizieren.

## Beeinflussung des Kundenverhaltens

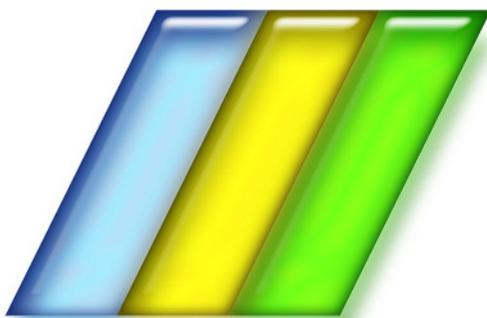
Die Gestaltung der Service-Umgebung kann direkt Einfluss darauf nehmen, wie eine Kundeninteraktion ablaufen soll und wie lange sie dauert. Die Dauer der Kundeninteraktion kann in Restaurants bekannter Weise über die Sitzmöglichkeiten gesteuert werden:

Auf einem eher unbequemen Stuhl wird man nicht so lange verweilen wie in einem komfortablen Sessel. Um den Ablauf einer Kundeninteraktion steuern zu können, müssen die verschiedenen Kontaktpunkte oder Elemente in einem Raum richtig zueinander angeordnet werden.

## Vereinfachung der Kundeninteraktion

Nachdem sich die Gestaltung der Service-Umgebung auf das menschliche Verhalten auswirkt, muss umgekehrt berücksichtigt werden, dass die Handlung die Einrichtung bestimmt. Form folgt Funktion. Diese Flexibilität ist bei der Ausstattung von Service-Umgebungen nicht zu unterschätzen, denn die richtige Service-Umgebung hilft dem Kunden, sein Ziel einfach und bequem zu erreichen.

Mario Luzi



# T i m a 4 y o u A G

**Treuhand**

**Erfolg durch Kompetenz**

**Immobilien**

**Wir verwirklichen Ihre Ziele**

**Marketing**

**Wir setzen uns durch**