



SEMINAR

Innovative Serviceleistungen im Handel

Herausragende Handelsunternehmen bieten ihren Kunden neben einem überzeugenden Warenangebot häufig innovative und hervorragend umgesetzte Serviceleistungen. Die Idee, dass Handelsunternehmen die Kundenerwartungen bei einzelnen Serviceleistungen lediglich „übererfüllen“ müssen, um Kunden zu begeistern und zu binden, greift oftmals zu kurz. Vielmehr sind sämtliche relevanten Serviceangebote wie auch die jeweiligen Serviceprozesse auf ihren aktuellen und künftigen Wertbeitrag für den Kunden und das Handelsunternehmen zu überprüfen und ggf. zu verbessern. Gleichzeitig gilt es, durch innovative Serviceangebote und Serviceprozesse zusätzliche Kunden- und Differenzierungsvorteile zu erzielen.

Die Teilnehmer des Seminars lernen fundierte und pragmatische Instrumente zur Entwicklung, Umsetzung und Steuerung innovativer Serviceleistungen kennen. Nationale wie internationale Fallbeispiele aus verschiedenen Handelsbranchen verdeutlichen, wie Serviceleistungen nachhaltig zum Unternehmenserfolg beitragen können.

SEMINARLEITUNG

Prof. Dr. Lars Fend

TERMIN

07.–09. März 2012 (3 Tage)

ORT

Gut Sonnenhausen, Glonn

MAX. 15 TEILNEHMER

Seminarbeitrag
pro Teilnehmer für die
Verpflegung: 51,36 Euro

PROGRAMM

- Welche Zusammenhänge bestehen zwischen Serviceleistungen, Kundenloyalität und Unternehmenserfolg?
- Welche pragmatischen Methoden können zur Entwicklung innovativer Serviceleistungen eingesetzt werden?
- Wie lassen sich einzelne Serviceangebote und Serviceprozesse bestmöglich gestalten (inkl. Einsatz neuer Medien)?
- Wie sehen meine eigenen Servicestrategien, Serviceangebote und Serviceprozesse für meine Kunden in den kommenden Jahren aus?