



Best Practice in Marketing Management Focus Group «Making Services Tangible»

“Customer Service shouldn't be just a department. It should be the entire company.”

Tony Hsieh (Venture capitalist)

Im Industriesektor steigt die Zahlungsbereitschaft für innovative Dienstleistungen. Zahlreiche Unternehmen erwirtschaften schon nachhaltige Margen im Servicegeschäft. Als einer der ersten Anbieter vermietete Rolls Royce unter dem Slogan “Power by the Hour” Flugzeugturbinen anstatt sie zu verkaufen.

Die Dienstleistungsinnovation wird von Best-Practices der klassischen Serviceanbieter wie Banken, Versicherungen oder mittlerweile auch FMCG-Unternehmen vorangetrieben. Diese Anbieter sehen sich mit neuen Herausforderungen in der Kommunikation, dem Plattformgeschäft, der Digitalisierung, oder im Produktmanagement konfrontiert. Gerade bei «Vertrauensgütern», deren tatsächliche Leistung der Kunde nur schwer bewerten kann, ist klare aber einfache Kommunikation ausschlaggebend um deren Vorteile sichtbar zu machen.

Diese Fokusgruppe wird sich intensiv mit den notwendigen Neuerungen in Marketing, Kommunikation und Produktmanagement befassen um dem Kunden die USP's eines Services zu vermitteln.

Besonderes Augenmerk soll dabei auch auf die «Customer Convenience» gelegt werden, die es als übergeordnetes Ziel bei der Leistungserstellung zu beachten gilt. Konkret bedeutet das dem Kunden aus dem breiten Repertoire des Unternehmens immer das bestmögliche, auf die jeweiligen Bedürfnisse optimierte Angebot zu unterbreiten. Die Segmentierung von Kunden sowie die Preissetzung im Servicebereich sind weitere wichtige Themen welchen den Inhalt dieser Fokusgruppe abrunden.

Ihr Nutzen als Teilnehmer/in

- 2 x 2-tägige Workshops mit erfahrenen Moderatoren und Gastreferenten
- Erfahrungsaustausch mit Managern aus unterschiedlichen Branchen,
- Möglichkeit, Gastreferenten und Themeninhalte vorzuschlagen,
- Möglichkeit, an aktuellen Herausforderungen in Ihrem Unternehmen zu arbeiten, die in Zusammenhang mit diesem Workshop stehen, indem diese mit anderen Managern reflektiert und diskutiert werden.

Teilnahme und zusätzliche Informationen

- Zielgruppe: Marketingmanager, Kommunikationsmanager, Produktmanager, Verantwortliche aus dem Service Marketing und Business Development
- Datum: 18./19. Juni 2019 (Bodenseeraum) und 22./23. August 2019 (Schaffhausen)
- Sprache: Deutsch
- Für Zusatzinformationen können Sie jederzeit Katja Söllner kontaktieren (katja.soellner@unisg.ch; +41(0)71 224 28 73).
- Für eine Teilnahme wenden Sie sich bitte an den Programm-Verantwortlichen in Ihrem Unternehmen.

