

Damit Sie am Markt erfolgreich sind

servicemarketing



Liebe LeserInnen,

das Marketing für Dienstleistungen muss sich den sich ändernden Marktgegebenheiten anpassen – um die

zunehmende Verlagerung der Kommunikation auf digitale Medien kommen Unternehmen kaum herum. Vorreiter sind vor allem diejenigen Dienstleister, die sich direkt an Endkunden wenden oder eine webaffine Zielgruppe haben. Aber auch im B2B-Segment sind die Veränderungen kaum langsamer. Wer die Klaviatur der Online-Instrumente nicht richtig spielt, geht zunehmend in der Wahrnehmung unter oder erhält schlimmstenfalls irgendwann negative Kritiken. Erst dann zu reagieren ist zu spät und kann irreparable Folgen haben – das Internet vergisst (fast) nichts.

In den letzten Monaten verstärkt sich die Relevanz sozialer Medien zunehmend, sodass auch wir selbst unser Leistungsportfolio angepasst haben, um unseren Klienten eine Beratung up to date zu bieten. Aus diesem Grund stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe unsere Antwort zu den Veränderungen im Rahmen der digitalen Revolution vor und zeigen Ihnen auf, wie Sie mit dem Wandel umgehen können.

Thomas Scheuer

Ihr Thomas Scheuer
Marketingbetriebswirt

Was eine Werbeagentur nicht bieten kann

Der Verkauf von Dienstleistungen soll oft mithilfe einer Werbeagentur unterstützt werden. Kreativagenturen setzen dabei meist rein auf die operative Kommunikation und lassen den restlichen Marketingmix außer Acht.

Dabei ist die Kommunikationspolitik nur eines von sieben Marketinginstrumenten, die im Zusammenspiel den Markterfolg bringen. Stimmen die Prozesse, die Leistungsdarstellung, die Preispolitik oder eines der anderen Instrumente nicht, kann die Werbung noch so schön aussehen – wirken wird sie trotzdem nicht.

Unsere Feststellung ist, dass meist die Kommunikationsbotschaft und klar definierte Zielgruppen fehlen sowie keine Werbeplanung besteht, sondern aus dem Bauch heraus gearbeitet wird.

Denken Sie also zuerst an ein strategisches und umfassendes Konzept, nach dem die Kreativen zu arbeiten haben.

Empirische Studie kostenfrei erhältlich

Die vollständigen Ergebnisse unserer Studie zum Dienstleistungsmarketing, die wir mit Unterstützung der FH Osnabrück durchgeführt haben, steht nun kostenfrei zum Download zur Verfügung.

Als erste Studie zum Thema Dienstleistungsmarketing bildet sie einen hilfreichen

Benchmark für Führungskräfte und Marketingverantwortliche in Dienstleistungsunternehmen. Mit der vollständigen Veröffentlichung der Studienergebnisse unterstützen wir Marketingverantwortliche dabei, das eigene Marketinggeschehen einzuordnen, indem wir branchenübliche Richtwerte zur Verfügung stellen. Der Download kann über unsere Website erfolgen.

Die digitale Revolution rollt an – rüsten Sie sich

Die ausgeprägte Kommunikationsbereitschaft von Kunden über das Internet wächst zunehmend zu einer Herausforderung für Dienstleister heran. Vor der digitalen Revolution sind Unternehmen, gleich welcher Größe, nicht geschützt.

Während bislang Unstimmigkeiten im direkten Austausch besprochen wurden, zeichnet sich die digitale Revolution dadurch aus, dass Kunden ihren Unmut bedenkenlos im Internet kommunizieren. Negativnachrichten werden öffentlich in sozialen Portalen wie Facebook, XING, Twitter oder in Diskussionsforen und selbst gegründeten Gruppen verbreitet. Darüber hinaus stehen Unzufriedenen zahlreiche Bewertungsportale (Holiday-Check, kununu, Restaurant-Kritik, ...) für ihre Unmutsäußerungen zur Verfügung.

Die Anonymität im Web trägt besonders dazu bei, dass Kunden, Interessenten oder gar (ehemalige) Mitarbeiter negativ über Unternehmen,

Unser Intensivseminar „Marketing & Vertrieb für Dienstleistungen“ findet in diesem Jahr noch dreimal statt:

München: 7. – 8.7.2011
Hamburg: 6. – 7.10.2011
München: 8. – 9.12.2011

Buchen Sie gleich jetzt bei uns und sichern Sie sich einen der wenigen Plätze (Kleingruppen bis acht Teilnehmer).

Aktuelle Themen zum Dienstleistungsmarketing stehen Ihnen in unserem Weblog unter dienstleistungsmarketing-blog.de zur Verfügung. Wir freuen uns sehr über Ihre Kommentare oder Erfahrungsberichte.

Bitte wenden!

deren Leistungen oder Mitarbeiter philosophieren. Die Reaktionen und entstehende Publicity lassen sich meist von den betroffenen Unternehmen kaum kontrollieren und führen zu einem hohen Kontrollverlust. Der Schaden für die Betroffenen kann immens sein: Von Imageschäden und ausbleibenden Umsätzen ist auszugehen.

Dienstleister müssen daher ihre Online-Reputation bewusst steuern. Dazu haben wir ein dreistufiges Modell entwickelt:

1. Analysen, initiales und fortlaufendes Monitoring:

Im ersten Schritt des Online-Reputation-Managements stehen Analysen zum Status quo und der Aufbau eines kundenspezifischen Monitorings im Vordergrund. Neben der Definition relevanter Zielgruppen, Themenfelder, Suchkanäle und Keywords wird ein Quellenkatalog für das Monitoring erstellt. Durch regelmäßiges Monitoring bleiben die Dienstleister up to date hinsichtlich der Meinungsäußerungen im Web.

2. Konzeption des Online-Reputation-Managements:

In der Konzeption werden Ziele der Marktbearbeitung und eine entsprechende Strategie zur Online-Reputation entwickelt. Danach erfolgt eine detaillierte Empfehlungsbildung zum Instrumentarium sowie des Schnittstellenmanagements zum Online-Marketing

und zur klassischen Kommunikation.

3. Operative Umsetzung:

Je nach Möglichkeiten erfolgt der Betrieb der Social Media Channels durch den Kunden selbst, ausgewählte Dienstleister oder uns. Unser effektives Controlling unterstützt bei der Steuerung und Kontrolle der Prozesse.

Durch ein strategisches Online-Reputation-Management können Unternehmen die Instrumente der digitalen Revolution für sich nutzen.

Strategie und Umsetzung aus einer Hand

Die operative Betreuung und Umsetzung der kommunikativen Marketingmaßnahmen nach Erstellung der strategischen Marketingkonzeption wird von den meisten unserer Kunden gewünscht. Als Berater und objektive Stelle haben wir in der Vergangenheit manches Mal zögerlich darauf reagiert, da wir nicht den Eindruck erwecken wollen, dass wir zu unseren eigenen Leistungen raten.

Der Schwerpunkt unserer Leistungen ist und bleibt die Beratung. Das können wir besonders gut, da wir auch die operative Seite bestens kennen und daher praxisnah beraten. Alle unsere Mitarbeiter kommen aus Agenturen oder waren Marketingleiter in Dienstleistungsunternehmen.

Aber gerade aufgrund dieser Erfahrung drängen uns unsere Kunden dazu, auch die operative Umsetzung vorzunehmen. Und da uns die Umsetzungsqualität vieler Agenturen und anderer Dienstleister zu gering ist und oft zu lange dauert, nehmen wir das Thema nun verstärkt selbst wieder in die Hand, rüsten personell weiter auf und übernehmen die vollständige Umsetzung und Betreuung.

Weitere Berater seit 2011

Stefan Koszewski hat umfangreiche Erfahrungen als Leiter für Marketing und Business



Development bei größeren und mittelständischen Dienstleistern

gesammelt. Der Marketingbetriebswirt bringt sein Wissen und Können als Berater in Marketing- und Kommunikationskonzepte, Beratungen und Schulungen ein.

Rudolf Burjanko konzentriert sich als erfahrener Business Developer auf das



Training von Führungskräften sowie service- und vertriebsorientierten

Mitarbeitern und begleitet zielgerichtete Teambildungsprozesse zur Verbesserung der Zusammenarbeit in Teams für mehr Kundenorientierung.

Unter digitale-revolution.de finden Sie unsere Informationen zur digitalen Revolution!

SCHEUER  MARKETINGBERATUNG

Scheuer Marketingberatung
GmbH & Co. KG

Pahlswinkel 9, 30826 Hannover-Garbsen
Fon +49 (0)5131.908 63 60
Fax +49 (0)5131.908 63 86
hannover@marketingberatung.de

Landsberger Straße 155, 80687 München
Fon +49 (0)89.579 59 417
Fax +49 (0)89.579 59 200
muenchen@marketingberatung.de

www.marketingberatung.de