



Servicepolitik

Dieser Bereich betrifft Leistungen, die Sie nach dem Kaufentscheid des Kunden für Ihr Produkt erbringen sollten.

Beachten Sie, dass es sich um Aufgaben handelt, die nach einer Auftragserteilung wahrgenommen werden müssen. Mit derartigen Maßnahmen tragen Sie dem Erfordernis Rechnung, einen reibungslosen Einsatz der von Ihnen gelieferten Leistungen zu gewährleisten.

Einleuchtend ist, dass ein potentieller Abnehmer schon vor dem Kaufentscheid über den Umfang und die Qualität der zu erwartenden Leistungen im Servicebereich informiert werden muss. Hier setzt auch im Vorfeld schon die Kommunikationspolitik an.

Fragestellungen zum Service

Fragen Sie sich:

- Welche Leistungen müssen bei der Produktübertragung erbracht werden?
- Sind Applikationsanpassungen erforderlich? Wer im Unternehmen erbringt sie?
- Ist eine Personalschulung beim Anwender notwendig? Gibt es im Unternehmen geeignete Mitarbeiter dafür?
- Ist die Durchführung der Montage beim Abnehmer geplant?
- Ist ein Reparatur- und Ersatzteildienst im Serviceangebot vorgesehen?

Wichtige Punkte, die beim Angebot von Serviceleistungen zu bedenken sind:

- Wie zufrieden sind Ihre Kunden mit der Produktqualität und dem angebotenen Service, besonders wenn es um die für Ihr Geschäft entscheidenden Faktoren geht?
- Verfügen Sie über funktionierende Bewertungssysteme, mit denen Sie die Zufriedenheit der Kunden im allgemeinen und die Zufriedenheit mit dem Service im besonderen zurückverfolgen können?
- Wie schneiden Sie hinsichtlich des Services und der Kundenzufriedenheit im Vergleich zur Konkurrenz ab?
- Bedeutet die Verpflichtung zum Service und zur Kundenzufriedenheit, dass Sie Produkte ohne Mängel und außerordentlichen Service bieten müssen?

Copyright © 2000-2010 by VDI/VDE Innovation + Technik GmbH
Quelle: <http://www.gruenderleitfaden.de/marketing/marketing-mix/servicepolitik.html>