

Inhalte und Lernziele

- **Strategie: Mit After-Sales systematisch wachsen**
Positionierung und Vermarktung von Service-Leistungen
- **Kundenspezifische Service-Level gestalten**
Zum unverzichtbaren Problemlösungs-Partner werden
- **Effiziente Service-Prozesse aufbauen**
Zum proaktiven Service-Vertrieb werden
- **Zusatznutzen kennen, Pricing optimal gestalten**
Neues Pricing konzipieren und erfolgreich einführen

Die Themen der Veranstaltung

- Exzellente Service-Strategie: Die wachsende Bedeutung des Services und dessen Implikation verstehen
- Brachliegendes Umsatz- und Ertragspotenzial professionell nutzen
- Service als zentrales Kundenbindungsinstrument begreifen
- Kundenspezifische Service-Levels gestalten – vom Reparatur- zum Lösungsanbieter werden
- Service-Vertrieb: Kundenbindungsinstrumente einsetzen
- Best Practice Bosch Packaging Services: proaktives Service-Geschäft
- Pricing von Serviceleistungen: Konkurrenzsituation kennen und richtig einstufen
- Schwer kopierbare Bündelungsstrategie
- Service-Prozess-Management: Servicekern- und Supportprozesse differenzieren
- Prozesskennzahlen für das Cockpit ableiten
- Best Practice: Hilti AG: Leistungsbündelung im Service-Geschäft
- Service-Personal: Anforderungen, Entwicklung, Motivation steigern
- Zusammenarbeit zwischen Service, Vertrieb und Wissensmanagement fördern
- Leitfaden zur Vermarktung: nachhaltiges Servicewachstum

Arbeitsmethodik / Max. Gruppengrösse

Impulsvorträge, integrierte Fallstudie, Praxis Cases mit anschliessenden Diskussionen, Erfahrungsaustausch

Ihr Nutzen:

- Sie erkennen das Potenzial Ihres Service-Angebots als Wettbewerbsvorteil und Differenzierungsfaktor und wissen dieses systematisch auszubauen.
- Sie steigern durch proaktiven Service die Zufriedenheit und Loyalität Ihrer Kunden, Umsatz- und Ertrag Ihres Unternehmens sowie deren Position auf dem After-Sales-Markt massgeblich.
- Sie treten bei Ihren Kunden als Service-Partner für seine individuellen Problemlösungen auf, nicht nur im Bereich der Ersatzteillogistik und der Wartung.

Trainer / ZfU-Associate-Faculty



Matthias Mahnel (Seminarleiter)
fachlicher Seminarleiter, Lehrauftrag für B2B-Service-Management. Geschäftsführender Partner der 1996 gegründeten IMPULS Management Consulting in München mit Schwerpunkt strategischer Serviceberatung für die Investitionsgüterindustrie. Zuvor Geschäftsführer in der Textilindustrie und Senior Berater bei Roland Berger und Mercer Management Consulting



Tobias Hoffstaedter; fachlicher Co-Seminarleiter, Lehrauftrag für B2B-Service-Management. Er erlangte seine Erfahrungen im After Sales Geschäft als Business Director After-Sales bei Vectronix AG und Senior Consultant bei IMPULS Management Consulting und ist derzeit als selbständiger Unternehmer und Service-Berater tätig

Kontakt ZfU Inhouse

Ruth Boss, ruth.boss@zfu.ch, Tel. +41 722 85 54
Larissa Wobmann, larissa.wobmann@zfu.ch, Tel. +41 722 85 53

Investition Tages-Seminar

Honorar: 1*

Investition 2-Tages-Seminar

Honorar: 3*

Preise sind exklusiv

- Seminardokumentation (werden aufgrund der effektiven Anzahl Teilnehmer verrechnet)
- Seminar-Infrastruktur (Hotel und Technik)
- Reise- und Übernachtungskosten der Faculty
- Preise sind exkl. Mehrwertsteuer, Preis- und Umrechnungskurs-Änderungen vorbehalten

Optionen/Hinweis

Grössere Massschneiderungen des Konzeptes nach Ihren Wünschen sind möglich, können aber zusätzliche Vorbereitungskosten der Referenten verursachen.

Honorar-Kategorien in CHF

- bis 5000 CHF = 1*
- bis 7000 CHF = 2*
- bis 9000 CHF = 3*
- bis 11000 CHF = 4*
- ab 11000 CHF = 5*