

### Inhalte und Lernziele

- **Analyse: Besonderheiten von Dienstleistungen nutzen**  
Wie Sie den Dienstleistungsprozess durchleuchten, die Kundenwahrnehmung erkennen, den Markt definieren
- **Strategien: Marktpotenziale ausschöpfen**  
Die neue Dimension der Segmentierung – unsichtbare Leistungen erfolgreich differenzieren und positionieren
- **Umsetzung: Aussergewöhnliche Marketing-Lösungen**  
Vom Mitarbeiter an der Front zum begeisterten Kunden – das perfekte Zusammenspiel aller Instrumente
- **Kommunikation: Überzeugende Botschaften**  
Top of Mind Awareness – so wird Ihre Marke zur Nummer 1 im Kopf des Kunden

### Die Themen der Veranstaltung

- Ressourcen und Dienstleistungsprozess analysieren
- Frame of Reference: Logik und Gesetze des Dienstleistungs-Marktes kennen
- Point of Difference: Kundenerwartungen ermitteln und übertreffen
- Physical Evidence: die Kunst der Dienstleistung Materialität einzuhauchen
- **Best-Practice: Pumpstation Gastro GmbH** Wie Sie Kunden verblüffen
- Die neue Dimension der Segmentierung: unsichtbare Leistungen überzeugend differenzieren und positionieren
- Wettbewerbsvorteile kreieren: so entdecken Sie neue Geschäfts-Chancen
- Zahlungsbereitschaft für Dienstleistungen: mit cleverem Pricing erfolgreich am Markt
- Vom Mitarbeiter an der Front zum begeisterten Kunden: der perfekte Einsatz aller Marketing-Instrumente
- **Best-Practice: Credit Suisse** Gestaltung des Kundenerlebnisses
- Communication Excellence: Sicherheit vermitteln, Vertrauen gewinnen, Kaufentscheid erleichtern
- Customer Experience: von der Produktion zum Erlebnis oder der Kunde als Prosument

### Ihr Nutzen

- Sie erfahren, wie Sie Dienstleistungen innovativ gestalten, weiterentwickeln und erfolgreich vermarkten.
- Sie reflektieren Ihr Dienstleistungsangebot und -design und können nicht nur neue Potenziale erkennen, sondern diese auch systematisch erschliessen.
- Sie lernen, wie Sie offensive Dienstleistungs-Marketing-Strategien praktisch anwenden und wie Sie sich dadurch am Markt proaktiv positionieren und differenzieren.

### Referent / ZfU-Core-Faculty



#### Prof. Dr. Christian Blümelhuber

ZfU Core-Faculty; Lehrauftrag für innovatives Marketing, Inhaber des Inbev-Baillet Latour Lehrstuhls für Euromarketing an der Université Libre de Bruxelles. Associate Director des "Center on Global Brand Leadership", Ludwig-Maximilians-Universität, München. In seiner Forschung und in Praxisprojekten beschäftigt er sich u.a. mit Marketing-Innovationen und Zukunftswissen.

#### Bojan Bleic

ZfU Visiting-Faculty; Managing Partner bei Belief Partners, Strategische Unternehmensberatung. Zuvor war er verantwortlich für Customer Experience Management bei der Credit Suisse in Zürich und leitete zahlreiche Kundenbindungsprojekte im Dienstleistungssektor.

#### Michel Péclard

ZfU Visiting-Faculty; Inhaber & General Manager von 7 Gastro-Betrieben in und um Zürich. 1997 rief er sein erstes Gastroprojekt ins Leben. Er stellt die Bedürfnisse seiner Kunden konsequent ins Zentrum seines Schaffens und führt mit viel Fantasie und Professionalität Zürichs originellste Restaurants.

#### 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

Honora: 2\*

#### Investition 2-Tages-Seminar

Honora: 4\*

#### Preise sind exklusiv

- Seminarokumentation (werden aufgrund der effektiven Anzahl Teilnehmer verrechnet)
- Seminar-Infrastruktur (Hotel und Technik)
- Reise- und Übernachtungskosten der Faculty
- Preise sind exkl. Mehrwertsteuer, Preis- und Umrechnungkurs-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\*