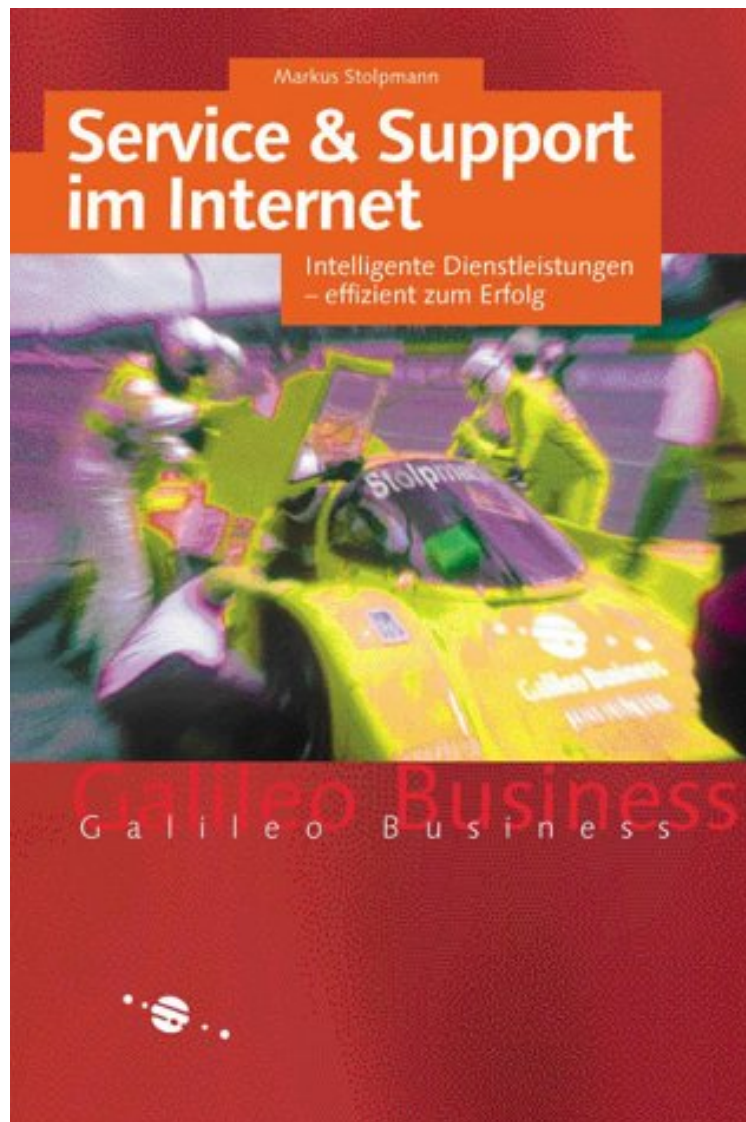


(Pdf free) Service und Support im Internet - Intelligente Dienstleistungen - effizient zum Erfolg

Service und Support im Internet - Intelligente Dienstleistungen - effizient zum Erfolg

Von Markus Stolpmann

ebooks / Download PDF / *ePub / DOC / audiobook



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #1591806 in BcherVerffentlicht am: 2001-09Einband: Gebundene Ausgabe288 Seiten | File size: 37.Mb

Von Markus Stolpmann : Service und Support im Internet - Intelligente Dienstleistungen - effizient zum Erfolg before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Service und Support im Internet - Intelligente Dienstleistungen - effizient zum Erfolg:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen4 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Stolpmann wieder in der Pole-Position...Von Joerg Kilian (jkilian@kilde.com)Kundenzufriedenheit ist der wichtigste

Wettbewerbsfaktor im Internet geworden. Wie Sie diesen Aspekt intelligent für Ihr Unternehmen planen und umsetzen, verrät Ihnen dieses Buch. Wenn die Besucher Ihrer Website immer nur einmal anklopfen und dann nicht wiederkommen, ist es immer noch nicht zu spät dieses Buch zu lesen und für Abhilfe zu sorgen. Erfolgsautor Stolpmann hat sich wieder einmal selbst betroffen! Ob als Einstiegslektüre für den Geschäftsführer eines KMUs - ob als ergänzendes Handbuch für den Kundendienstleiter Internet eines Konzerns: wenn Sie sich über Zusatzleistungen am Kunden von Ihrem Wettbewerb absetzen wollen, sollten Sie dieses Buch gelesen haben. Es ist hervorragend strukturiert und spricht eine sehr am Nutzen orientierte Sprache. Anfangs werden Grundlagen erläutert, im zweiten Teil geht es dann direkt in den Maßnahmenkatalog und im letzten Teil werden Planung und Controlling gründlich dargestellt. Das Ganze wird abschnittsweise durch prägnante Zusammenfassungen ergänzt. Umfangreiche Case Studies, ein Glossar und eine wertvolle Tipp-Sammlung runden das Angebot ab: Kundennutzen pur! Stolpmann - der zu den Internet-Pionieren gerechnet werden darf, hat sich bereits sehr früh mit den Themen Online-Marketing und eBusiness auseinandergesetzt und an der Uni Kaiserslautern mit Systemen der wissensbasierten Entscheidungsunterstützung gearbeitet. Auch profitiert der Leser von den gesammelten Erfahrungen seiner langjährigen Beratungspraxis. Sein Ton ist mitunter keck, mit kleinen augenzwinkernden Hieben und Stichen rundum in die Branche: "Fixierung auf ständige Neukundengewinnung ist eigentlich nichts anderes als das Eingeständnis, dass man die vorhandenen nicht an sich binden konnte." Das durchgängig schwarzweisse Buch ist ansprechend gestaltet, hat viele Grafiken und erläuternde Screenshots, die Schrift lässt sich gut lesen. Die Gestaltung des Inhaltsverzeichnis ist zwar eine wahre "Bleiweste", schmälert den Gesamtnutzen jedoch kaum. 3 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Lesens- und Umsetzungswert Von Ein Kunde Differenzierung kann nicht nur an den Produkten, sondern vor allem auch an begleitenden Dienstleistungen ansetzen. Gerade das Internet bietet hier eine Vielzahl von Möglichkeiten, Service effizient zu machen und hier neue Wege auch in Massenmärkten zu gehen. Gewohnt praxisorientiert und sehr gut recherchiert beschreibt M. Stolpmann die verschiedenen Ansatzpunkte zu mehr Kundenservice im Internet. Nach einer allgemeinen Einführung, aus der ich nichts Neues gelernt habe, die aber die Thematik gut zusammenfasst, bildet ein umfangreicher Maßnahmenkatalog den Hauptteil des Buches. Diese Kapitel bieten eine Fülle von Anregungen und Beispiele für eigene Aktionen. Trotz mehr als 350 Seiten gut ein Schnellleser, viele Bilder und Screenshots. Lesens- und vor allem umsetzungswert! 8 von 12 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Idee gut, jedoch Mangel in der Vorgehensweise Von Ein Kunde Sehr gut gefallen haben mir die Ideen die Herr Stolpmann in diesem Buch aufführt. Allerdings konnte ich den "roten Faden" in seiner Argumentationskette nicht finden. Schon im einleitenden Teil dreht er sich stellenweise im Kreis. Schwierig wird es dann auch im praktischen Teil: Führt er zunächst die Self-Service Mentalität im Internet an behauptet er später, den dialoggesteuerten und personalisierten Systemen gehört die Zukunft. Ja was denn nun Herr Stolpmann?

.de Der Zug ist abgefahren, die Goldgräberstimmung vorbei. Nur wer sein Online-Angebot seinen Kunden optimal anpasst, kann überleben. Denn die Kunden, sie haben es satt. Sie brauchen nicht drei Online-Reisebros, vier Finanzdienstleister und fünf Nachrichtendienste. Sie wollen sich nicht minutenlang durch schlecht strukturierte Online-Angebote klicken. Alles aus einer Hand, das ist ihr Wunsch -- und von exzellenter Qualität. Unmöglich? Irrtum. Kunden, so Markus Stolpmann, erwarten keine Revolution. "Gefragt sind kleine, evolutionäre Schritte." Das Grundproblem, so der Autor, liegt darin, dass es heute für jedes Wirtschaftsgut einen brauchbaren Ersatz gibt. Doch wie soll man sich von seiner Konkurrenz abheben? Wie soll man seine Kunden zum Kauf animieren? über den Preis? über die Qualität? Dazu ein einfaches Beispiel: Sie wollen essen gehen. Wenn es nur darum geht, satt zu werden, werden Sie sich für das Billigrestaurant um die Ecke entscheiden. Wollen sie jedoch einen schönen Abend verbringen, rechnet das Kriterium "Preis" in den Hintergrund. Vielmehr interessieren Qualität und Ambiente. Stolpmanns Zauberformel lautet also: "Bündeln Sie Produkte und Service - und erzeugen Sie so Mehrwert und Differenzierung." Doch Achtung: Kunde ist nicht gleich Kunde. Unternehmen, so Stolpmann, dürfen sich den Kundenwünschen nicht völlig unterordnen. Es ist nicht möglich, allen Anforderungen gerecht zu werden. Deswegen ist es wichtig, "sich auf die lukrativsten Kundensegmente zu konzentrieren." Was bedeutet: Online-Anbieter müssen ihre Kunden kennen! Stolpmann knüpft mit seinem neuen Buch an seine bereits erschienenen Titel an: Online-Marketingmix und Kundenbindung im E-Business. "Kunden" und "Kaufverhalten" streift Stolpmann jedoch nur am Rande. Er konzentriert sich vor allem auf die Themen "Customer Service", "Electronic Customer Care", "nicht interaktive und interaktive Service-Instrumente" sowie "Feed-back-Systeme". In gewohnter Qualität gelingt es Stolpmann auch dieses Mal, sein Thema mithilfe von Grafiken, Fallbeispielen und Kompakt-Kästen spannend und verständlich zu präsentieren. Fazit: Das Buch kommt zur richtigen Zeit. Viele Online-Anbieter klagen: Die Erwartungen an das Online-Geschäft haben sich nicht erfüllt. Service Support im Internet kann helfen. Denn es zeigt einen Erfolg versprechenden Weg aus dem riesigen Pool der Me-Too-Produkte. --Heike Littger Pressestimmen[...] Nicht nur nette Thesen, sondern konkrete Beispiele, verständlich geschrieben und gut recherchiert. (changex 2001) Kurzbeschreibung Mit herkömmlichen Websites ist kaum Geld zu verdienen zu hoch die Kosten für die Neukundengewinnung, zu stark der Preisdruck im Internet. Markus Stolpmann zeigt Ihnen einen Ausweg: mehr Stammkunden, höhere Zufriedenheit und mehr Umsatz durch kundenorientierte Self-

Service-Konzepte im Web. Und das alles bei geringeren Kosten für Service und Support. Das vorliegende Buch ist einzigartig im deutschsprachigen Raum. Und es kommt genau zur rechten Zeit. Markus Kempf, e-business Berater, IBM Forum Stuttgart