


# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>IX</b>
<b>1 Der Service der Zukunft</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Die Welt des Kunden verstehen</b> .....	<b>9</b>
2.1 Verstehen als Prozess .....	11
2.2 Service Design .....	15
2.2.1 Informieren im Service Design .....	15
2.2.2 Experimentieren im Service Design .....	21
2.2.3 Verifizieren im Service Design .....	25
2.3 Marketing .....	27
2.3.1 Informieren im Marketing .....	30
2.3.2 Experimentieren im Marketing .....	31
2.3.3 Verifizieren im Marketing .....	32
2.4 Verkauf .....	33
2.4.1 Informieren im Verkauf .....	34
2.4.2 Experimentieren im Verkauf .....	37
2.4.3 Verifizieren im Verkauf .....	38
2.5 Leistung .....	39
2.5.1 Informieren in der Leistung .....	40
2.5.2 Experimentieren in der Leistung .....	42
2.5.3 Verifizieren in der Leistung .....	43
2.6 Community .....	45
2.6.1 Informieren für die Community .....	47
2.6.2 Experimentieren in der Community .....	48
2.6.3 Verifizieren der Community .....	49
<b>3 Den Menschen in den Mittelpunkt stellen</b> .....	<b>51</b>
3.1 Die Rolle der Menschen im Service .....	51
3.2 Wunschkunden .....	56
3.3 Bedürfnisse, Motive und Verhalten .....	59
3.4 Werte und Prinzipien .....	63
3.5 Kunden im Service .....	69
3.6 Mitarbeiter im Service .....	78

<b>4</b>	<b>Vom Ende her denken</b>	<b>91</b>
4.1	Ende ohne Ende	96
4.2	Das Geschäftsmodell	101
4.3	Das Servicemodell	105
4.4	Das Liefermodell	112
4.5	Das Betriebsmodell	118
4.6	Das richtige Maß	122
<b>5</b>	<b>Relevante Ergebnisse zählen</b>	<b>123</b>
5.1	Warum wir Ergebnisse brauchen	123
5.1.1	Ergebnisse	124
5.1.2	Relevanz	129
5.1.3	Zählen	132
5.2	Ergebnisse im Service	134
5.2.1	Vereinbarungen	134
5.2.1.1	Servicevereinbarungen	136
5.2.1.2	Interne Liefervereinbarungen	140
5.2.1.3	Projektaufträge	140
5.2.1.4	Vereinbarungen mit Mitarbeitern	142
5.2.2	Ergebnis-Checks	143
5.2.2.1	Operative Ergebnis-Checks	143
5.2.2.2	Taktische Ergebnis-Checks	143
5.2.2.3	Strategische Ergebnis-Checks	144
5.3	Arbeiten mit Kennzahlen	146
5.4	Wertschöpfung im Service	148
5.5	Service Controlling	150
5.6	Servicekosten	155
5.7	Servicepricing	157
5.8	Budget	160
<b>6</b>	<b>Systeme zur Zusammenarbeit schaffen</b>	<b>161</b>
6.1	Systeme	163
6.2	Organisation	165
6.2.1	Lebenszyklus und Wahl der Systeme	165
6.2.2	Hierarchie versus Selbstorganisation	168
6.3	Aufbauorganisation	169
6.3.1	Vertikale und horizontale Zusammenarbeit	174
6.4	Ablauforganisation	178
6.5	Kommunikation	186
6.6	Projekte, Programme und Co.	189

<b>7</b>	<b>Mit Vertrauen und Verantwortung führen.....</b>	<b>193</b>
7.1	Eine Begriffsbestimmung.....	193
7.2	Verantwortung übernehmen.....	207
7.3	Verantwortung übergeben.....	212
7.4	Team- und Mitarbeiterentwicklung.....	222
<b>8</b>	<b>Einfach machen .....</b>	<b>235</b>
8.1	Einfach ist nicht kompliziert.....	240
8.2	Komplizierte Systeme vermeiden.....	243
8.3	Komplizierte Systeme erkennen.....	244
8.4	Komplizierte Systeme vereinfachen.....	245
8.5	Komplexität beherrschen.....	248
8.6	Fertig statt perfekt.....	249
8.7	Einfach machen und das universelle Servicemodell.....	251
8.8	Letzter Aufruf für deine Servicereise.....	252
<b>9</b>	<b>Die Autoren .....</b>	<b>255</b>
	<b>Literatur .....</b>	<b>257</b>
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>259</b>

Diese Leseprobe haben Sie beim  
 **edv-buchversand.de** heruntergeladen.  
Das Buch können Sie online in unserem  
Shop bestellen.

[Hier zum Shop](#)