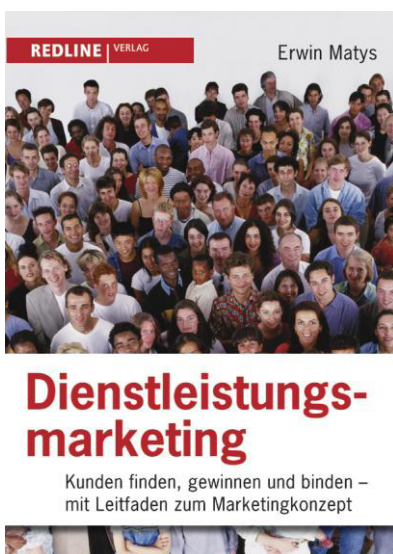


Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing

Das Buch *Dienstleistungsmarketing* behandelt die zentralen Aufgaben jedes Dienstleistungsanbieters: Kunden finden, gewinnen und binden. Im Rahmen von leicht nachvollziehbaren *Marketinggesetzen* sind die Erfahrungen erfolgreicher Dienstleistungsanbieter zusammengestellt. Der enthaltene *Leitfaden* ermöglicht es selbst Einsteigern, rasch und einfach zu einem fundierten Marketingkonzept für ihre Dienstleistungen zu kommen.



Bestellung bei amazon:

[Dienstleistungsmarketing](#)

Kunden finden, gewinnen und binden

Erwin Matys, 3. Auflage 2011, 253 Seiten

ISBN 978-3-86881-314-2, Redline Wirtschaft

Dienstleistungsmarketing geht auf die wesentlichen Unterschiede ein, die Dienstleistungsprodukte von Waren und Gütern abgrenzen. Darauf aufbauend werden praktische Anleitungen gegeben, wie Dienstleistungen kundenorientiert gestaltet und effizient beworben werden. Der Leser erhält dazu Informationen, die sich sowohl auf den Einsatz der richtigen Techniken als auch auf Aspekte der Verhaltensebene beziehen.

Dienstleistungsmarketing setzt keine Marketingkenntnisse voraus. Er ist damit der einzige verfügbare Titel, der ein fundiertes Grundlagengerüst liefert und sich gleichzeitig durch leichte Lesbarkeit auszeichnet – denn im Vordergrund stehen stets die Anwendung und die rasche Erzielung von Ergebnissen. Theoretischer Background wird dort geboten, wo er für das Verständnis notwendig ist.

Dienstleistungsmarketing ist rund um die Bedürfnisse von Praktikern geschrieben. Kompakte Information, eine übersichtliche Struktur und ein hoher Praxisbezug sind seine wesentlichen Merkmale. Auf den Einsatz des Internet in der Vermarktung von Dienstleistungen wird ganz besonders eingegangen.

Leserkreis

Das Buch *Dienstleistungsmarketing* wendet sich an alle Leser, die den Absatz ihrer Dienstleistungen steigern möchten, wie zum Beispiel:

- Marketingmitarbeiter
- Produktmanager
- Geschäftsführer
- Serviceleiter
- Außendienstmitarbeiter
- Vertriebsmitarbeiter
- Selbstständige

Aufbereitung der Inhalte

Bei der Lektüre ist unweigerlich festzustellen, dass der Erfolg mit Dienstleistungen kein Zufall ist, sondern erlernt werden kann – und dass in fast jeder Dienstleistung das Potenzial zu drastischen Gewinnsteigerungen steckt. Ausgehend von den Erfahrungen erfolgreicher Dienstleistungsunternehmen wird der Leser mit den wesentlichen Eigenschaften von Dienstleistungen vertraut gemacht. Er erfährt, was besonders zu beachten ist und welche Wege ihm für seine eigenen Dienstleistungen offen stehen. Eine Anleitung führt ihn Schritt für Schritt zum Marketingkonzept, das in der Zusammenarbeit mit Partnern, Banken, Mitarbeitern, Kollegen und Vorständen ein unverzichtbares Instrument ist. Der angeschlossene Dienstleistungstest kann dafür eingesetzt werden, die Chancen von bestehenden Dienstleistungen abzuklären oder das Potenzial von bestehenden Dienstleistungen noch besser auszuschöpfen. Ausführliche Hinweise zum Einsatz des Internet in der Dienstleistungsvermarktung runden den Titel ab. Der spezielle Aufbau des Buches macht die Aneignung der Inhalte leicht:

- **Genau praktische Anleitungen:** Jede Information wird in die Realität der täglichen Praxis übersetzt. Der Leser erfährt sofort, wie er sein neues Wissen einsetzt und zu seinem persönlichen Vorteil nützt.
- **In kleinen Portionen konsumierbar:** Der Aufbau des Buches erlaubt es jedem Leser, sich die Inhalte in seinem individuellen Tempo anzueignen und anzuwenden.
- **Leichte Lesbarkeit:** Die Sprache ist klar und verständlich, gegebenenfalls auftretende Fachbegriffe werden immer genau erklärt. Besonders wichtige Zusammenhänge sind durch Abbildungen verdeutlicht.
- **System fundierter Regeln:** Im Rahmen kompakt formulierter Marketinggesetze sind die Prinzipien offen gelegt, nach denen erfolgreiche Dienstleistungsanbieter vorgehen.

1. Abschnitt: Die Marketinggesetze

Der erste Abschnitt des Buches wird von einer Sammlung der wichtigsten Marketinggesetze für Dienstleistungsprodukte gebildet. Am Beginn drehen sich zehn Gesetze um die *Konzeption* von Dienstleistungen: Ziele, Zielgruppen, sowie Besonderheiten und tatsächliche Kaufmotive für Dienstleistungen sind Gegenstand dieses Abschnitts. Weitere elf Gesetze sind der *Gestaltung* gewidmet und helfen dem Leser dabei, seine Dienstleistungen an sein Klientel anzupassen. Die nachfolgenden sechzehn Gesetze beschreiben eingehend die effiziente *Bewerbung* von Dienstleistungen. Die insgesamt 39 Marketinggesetze sind aus den Erfahrungen erfolgreicher Dienstleistungsanbieter abgeleitet. Jedes Gesetz ist durch eine praktische Anleitung abgerundet, die wertvolle Hinweise zur Anwendung enthält.

2. Abschnitt: Der Leitfaden zum Marketingkonzept

Der Leitfaden im zweiten Abschnitt ist besonders für jene Leser gedacht, die eine Dienstleistungsidee unter Einsatz von Marketingtechnik verwirklichen möchten. Der Leitfaden ist im Grunde eine strukturierte Anleitung, wie für eine Dienstleistung die richtigen Kunden identifiziert, von dem jeweiligen Angebot überzeugt und zu Stammkunden gemacht werden. Das besondere Merkmal des Leitfadens ist seine ausgesprochene Praxisorientierung. Ausgehend von der individuellen Dienstleistung des Lesers werden rund herum die wichtigen Entscheidungen, nützlichen Verfahren und angebrachten Vorgangsweisen so angeordnet, dass wie von selbst ein schlagkräftiges Marketingkonzept entsteht. Der Leitfaden zum Marketingkonzept ist mit über 30 Entscheidungshilfen in Form von Abbildungen illustriert.

3. Abschnitt: Die Minutenaufgaben

Im dritten Abschnitt findet der Leser eine Sammlung von Kurzaufgaben, die wesentliche Punkte des Dienstleistungsmarketing in einem speziellen Licht beleuchten. Diese Minutenaufgaben sind sehr effizient – sie ermöglichen, innerhalb von wenigen Minuten zu oft ganz entscheidenden Einsichten über ein spezielles Dienstleistungsangebot und dessen Vermarktung zu kommen. Anders als der „Leitfaden zum Marketingkonzept“ verfolgen die Minutenaufgaben keinen programmatischen Ansatz. Sie greifen jeweils ein Schlüsselthema heraus, stellen es in den Kontext der Arbeitspraxis und liefern Hinweise, die sofort umsetzbar sind.

4. Abschnitt: Der Dienstleistungstest

Mit dem Dienstleistungstest im vierten Abschnitt bekommt der Leser ein weiteres Mittel in die Hand, um die Erfolgsaussichten seiner Dienstleistung zu steigern. Er erhält sofort Hinweise, wie die Chancen seiner Dienstleistung stehen und wo ihr Verbesserungspotenzial liegt. Die Testauswertung liefert gezielte Hinweise, welche Abschnitte des Buches für die gegebene Dienstleistung besonders nützlich sind.

5. Abschnitt: Internetmarketing für Dienstleistungen

Der fünfte Abschnitt des Buches bietet dem Leser einen fundierten Einstieg in das Thema Internetmarketing. Er erfährt, welche Grundregeln bei der Vermarktung von Dienstleistungen im Web ganz speziell zu beachten sind. Es werden die möglichen Strategiemodelle vorgestellt und es wird im Detail erklärt, mit welchen Instrumenten sich für die jeweilige Dienstleistung ein funktionierendes Internetmarketing aufbauen lässt. Ein besonderer Schwerpunkt dieses Abschnitts liegt darauf, was in der Zusammenarbeit mit Webprofis (wie z.B. Webagenturen, Programmierer, Grafiker) unbedingt zu beachten ist.

Anwendung des Buches in der Praxis

Wie die unterschiedlichen Ansätze der fünf Abschnitte des Buches zeigen, lässt sich *Dienstleistungsmarketing* auf sehr unterschiedliche Arten nutzen. Das Buch kann als Einführung oder als Anleitung, als Kurzlektüre oder als Arbeitsmittel verwendet werden. Wie auch immer es eingesetzt wird, einem stimmen die meisten Leser zu: Der Nutzen, den man aus seiner Lektüre zieht, besteht in wesentlich mehr als darin, Kenntnisse im Dienstleistungsmarketing zu erwerben. Denn die einzelnen Gesetze, Kapitel, Abschnitte, Aufgaben, Tests und Anleitungen halten eine Vielzahl von Perspektivenwechsellern bereit. Je mehr davon nachvollzogen werden, umso mehr wird es beim Leser zur Gewohnheit, zwischen unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu wechseln. Ohne sich besonders anstrengen zu müssen, vermehrt man bei der Lektüre automatisch seine Handlungsmöglichkeiten. Mit der Zeit kann man gar nicht mehr umhin, für die eigene Dienstleistung genau jene Optionen wahrzunehmen, die zum anhaltenden Erfolg der Unternehmung führen.

Rezensionen von Praktikern aus der Wirtschaft

Das Buch *Dienstleistungsmarketing* ist mit seinem Erscheinen 2004 vom Start weg auf sehr hohe Akzeptanz gestoßen. Die ersten beiden Auflagen 2004 und 2007 haben sich ausgesprochen gut verkauft. Nachdem *Dienstleistungsmarketing* 2010 vergriffen war, wurde es 2011 um ein neues Kapitel zum Einsatz von Internetmarketing erweitert und als 3. Auflage herausgebracht. Lesen Sie hier einige der Rezensionen zu den ersten beiden Auflagen, verfasst von Praktikern aus der Wirtschaft (Quelle: amazon.de):

„Das Buch macht auf beeindruckende Weise klar, wie Kunden eine Leistung erleben und bewerten und wie man die Sichtweise der Kunden als Anbieter nutzen kann. Sehr angenehm beim Lesen ist die Kombination von inhaltlichem Tiefgang und leichter Lesbarkeit. Das Buch ist sehr nah am täglichen Geschehen und voller praktischer Anleitungen. Habe schon begonnen, in unserer Gemeinschaftspraxis einiges umzusetzen und kann es ehrlich weiterempfehlen.“

„Das Buch ist ausgesprochen praxisnah, leicht zu lesen, ja sogar spannend. Ein Muß für jeden Ingenieur, der seine Dienstleistung vermarkten will. Ein Buch von einem Praktiker für Praktiker geschrieben. Als Arbeitsmittel bestens geeignet. - Sehr empfehlenswert.“

„Ein sehr praxisorientiertes Buch zum Thema Dienstleistungen. Geradlinig, kompakt und vollständig. Zunächst werden alle Grundbegriffe erklärt und mit Beispielen erläutert.“

Danach findet man einen sehr hilfreichen Leitfaden, den nicht nur reine Dienstleister nutzen können, sondern auch alle Produktunternehmen, die ihr Servicegeschäft verbessern wollen. Der Autor schweift nie ab oder verkünstelt sich in kompliziert langen Sätzen. Der Sachverhalt wird in kurzen, sinnvoll aufeinander aufbauenden Kapiteln, leicht verständlich dargestellt. Und das Beste an dem Buch ist, dass der Autor seinem Leser wirklich die Denkarbeit abnimmt. Im Gegensatz zu anderen Büchern, wo man sich die Lösung noch zusammenstellen muss, wird diese hier gleich mitgeliefert. Wer bislang Schwierigkeiten mit der Immaterialität von Dienstleistungen hatte, dem sei nun etwas tangibles an die Hand gegeben.“

„Ich quäle mich im Studium oft mit wirklich schwieriger und langatmiger Literatur rum, doch dieses Buch schafft es, leicht verständlich und interessant einem das wesentliche zu vermitteln. Ich kann dieses Buch nur uneingeschränkt empfehlen.“

„Im Bereich Dienstleistungsmarketing gibt es eigentlich noch ein Defizit an praktischen und nützlichen Veröffentlichungen. Matys versucht mit seinem Buch diese Lücke zu schließen. Das Buch, das sich vorrangig an KMU richtet, befasst sich eingehend mit allen erforderlichen Schritten und Maßnahmen, um ein fundiertes Marketingkonzept zu entwickeln und zu realisieren. Dabei spricht Matys eine Zielgruppe an, bei der Marketing nicht im Fokus steht und deren beruflicher Schwerpunkt eher in anderen Bereichen liegt.“

„Ich arbeite zurzeit mit dem Buch Dienstleistungsmarketing, welches wir für die Neuausrichtung unserer Druckerei einsetzen. Vor allem der enthaltene Leitfaden zum Marketingkonzept ist mir sehr hilfreich gewesen. Für den Bereich Dienstleistungsmarketing kann ich das Buch jedem wärmstens empfehlen!“

Strategie, Konzept & Text

Der Autor dieses Beitrags ist seit über dreißig Jahren im Marketing tätig, seit 1993 als selbstständiger Berater. Erwin Matys begleitet Inhaber, Geschäftsführer und Produktmanager dabei, ihre Marketing- und Kommunikationsziele zu verwirklichen. Besonders geschätzt werden seine Leistungen von Auftraggebern, die hochwertige Produkte und Dienstleistungen vertreiben – in diesem Bereich verfügt er über weitreichende praktische Erfahrungen. Erwin Matys lebt und arbeitet in Wien und ist Autor der Marketingtitel *Praxishandbuch Produktmanagement*, *Dienstleistungsmarketing* und *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen*.














dipl.ing. erwin matys
marketing & communications
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5
mitglied der wirtschaftskammer wien
tel: +43-1-374 86 50
e-mail: erwin@matys.at
xing: www.xing.com/profile/Erwin_Matys
web: www.matys.at







Weitere Downloads für Marketing & Kommunikation

Der Autor dieses Beitrags ist Marketingexperte und leistet in diesem Bereich seit Jahrzehnten grundlegende konzeptionelle Arbeit. Sein *Praxishandbuch Produktmanagement* (Campus Verlag) ist mittlerweile in der 6. Auflage und wird als das Standardwerk der Produktvermarktung gehandelt. Das wegweisende e-Book *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen* ist unter www.matys.at sogar kostenlos zum Download verfügbar. Auf der Website von Erwin Matys finden sich viele weitere PDFs, die sich mit Vermarktung, Bewerbung, Vertrieb und Produktmanagement von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen.

Marketingtools zum Download:

-  *Professionelle Produktunterlagen – Der Weg zur Produktbeschreibung*
-  *Internationale Produktunterlagen – Im Ausland professionell auftreten*
-  *Neukundengewinnung über die Website – Für spezialisierte B2B Anbieter*
-  *Was ist B2B Content Marketing? – Einstieg in kostengünstiges Internet-Marketing*
-  *Test: Chancen Ihrer Dienstleistung – Welche Chancen hat Ihre Dienstleistung?*
-  *Dienstleistungen bewerben und verkaufen – Der richtige Mix für Dienstleistungen*
-  *Was sind erklärungsbedürftige Produkte? – Definition und Kennzeichen*
-  *Umfrageergebnisse: Beratungsintensive Produkte – So wird vorgegangen*
-  *Erklärungsbedürftige Produkte – Wer verkauft sie am besten?*
-  *Der Produkt-Check – Visualisierungstool für Ihren aktuellen Marketing-Mix*
-  *Schnittstelle Werbung-Vertrieb – Unkonventionelle Absatzsteigerung*
-  *Zitate für Produktmanager – Sammlung nützlicher Zitate*

Karrierehilfen zum Download:

-  *Praxisausbildung Produktmanagement – Das e-Training zum Buch*
-  *Eignungstest Marketing – Sind Sie ein Performer?*
-  *Wie werde ich Produktmanager? – Einstieg ins Produktmanagement*
-  *Karriere im Produktmanagement – Erste Orientierung im Produktmanagement*
-  *Entlohnung Produktmanager – Was verdienen Produktmanager?*
-  *Stressmanagement für Produktmanager – Stresstipps für den Alltag im Marketing*

Marketingliteratur zum Download:

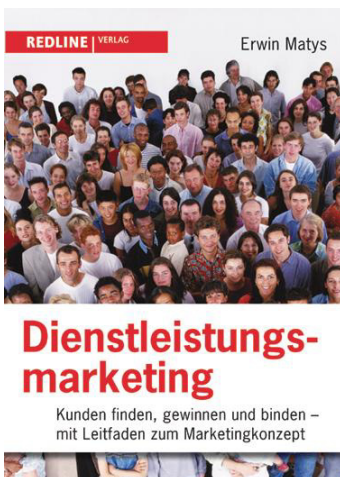
-  *Praxishandbuch Produktmanagement – Ausführliche Buchvorstellung*
-  *Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing – Ausführliche Buchvorstellung*
-  *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen – Kostenloses e-Book*

Publikationen von Erwin Matys



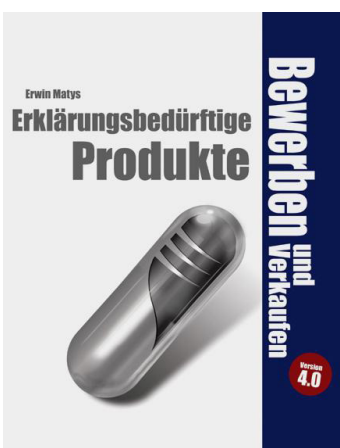
Praxishandbuch Produktmanagement

Erschienen 2001-2013 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk gehandelt. Eine detaillierte Beschreibung der 6. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Dienstleistungsmarketing

Das Buch behandelt die zentralen Aufgaben jedes Anbieters von Dienstleistungsprodukten: Kunden finden, gewinnen und binden. Im Rahmen von leicht nachvollziehbaren Marketinggesetzen sind die Erfahrungen erfolgreicher Anbieter zusammengestellt. Der enthaltene Leitfaden ermöglicht es selbst Einsteigern, rasch zu einem fundierten Marketingkonzept für ihre Dienstleistungsprodukte zu kommen. Der Titel ist 2004-2011 im Redline Verlag erschienen. Eine detaillierte Beschreibung der 3. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen

Ein kostenloses e-Book mit 70 Seiten, auf www.matys.at als PDF zum Download. Die Publikation bietet ein bewährtes Vorgehensmodell, wie für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Erklärungsbedarf eine erfolgreiche Kommunikation aufgebaut wird. Sie erfahren hier, welche Ansätze Sie wählen können, welche Reihenfolge der Kommunikationsmittel und -wege sinnvoll ist und wie Sie potenzielle Kunden sanft aber bestimmt an einen Kauf heranführen.