
Inhaltsverzeichnis

1 Luxusdienstleistungen vs. herkömmliche Dienstleistungen	1
1.1 Luxusdienstleistungen	1
1.2 Luxusmarketing	2
1.3 Luxuskunden	2
1.4 Die Kaufmotive der Zielgruppe	3
2 Kundendifferenzierung	7
2.1 A-Kunden erkennen und definieren	7
2.2 Abgrenzung von B-Kunden	13
2.3 Relevanz der Segmentierung von Kundengruppen	14
3 Die Rolle der Führungskraft	15
3.1 Azubis – von der Pike auf höchstes Serviceniveau	16
3.2 Team und Führung	17
3.3 Einarbeitung und Umgang mit Fehlern oder Fehlverhalten	17
3.4 Auf den Menschen kommt es an	19
3.5 Reklamation als Chance – auch für die Führungsebene	20
3.6 Emotional Leadership im Luxusservice	22
4 Markentreue und Markenstrategie für Luxusdienstleistungen	25
4.1 Was zeichnet Markentreue aus?	25
4.2 Wie binde ich meinen Kunden über Service an mein Unternehmen?	25
4.3 Klasse statt Masse im Luxusbranding	26
4.4 Co-Branding und Partnerschaften	27

5 Digitalisierung und KI als Booster	29
5.1 Wie Sie Kundendaten nutzen können	29
5.2 Vorteile von KI	32
5.2.1 Online-Bewertungen	32
5.2.2 Smarter Einsatz von Apps	33
5.2.3 Daten als Leitplanke für exzellenten Service	34
5.3 Virtuelle Realität (VR) als Vorteil	36
6 Ihr Weg zu exzellentem Service	37
7 Der Wow-Effekt: Kunden begeistern, bevor sie es erwarten	41
Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	43
Literatur	45