

Liebe Leserin, lieber Leser



Was unterscheidet den Juwelier vom Reinigungsdienstleister?

Wer Schmuck kaufen will, hat einen bestimmten Betrag zur Verfügung. Er geht zu einem oder mehreren Juwelieren seiner Wahl, lässt sich eine Auswahl zeigen, die seinem Budget entspricht, wählt aus, bezahlt und freut sich über seine Errungenschaft. Wer einen Reinigungsauftrag zu vergeben hat, holt bei den Dienstleistern seiner Wahl Angebote ein. Diese kommen ebenfalls mehr oder weniger glänzend daher, sind aber punkto Wertigkeit im Gegensatz zu normierten 24 Karat Gold viel schwieriger zu fassen als der künstlerische Wert des Schmuckstücks. Verständlicherweise neigt der Einkäufer dazu, die Dienstleistung beim günstigsten aller Anbieter einzukaufen. Dass neben wahren Werten immer auch «Katzengold» darunter ist, erkennt er erst nach der Einführung, einer mehr oder weniger verständnisvoll begleiteten Phase, in der er fest an die Wunder der Alchimie glaubt und hofft, das «Katzengold» möge sich doch noch in eine echte «Preziose» verwandeln. Die Basis einer Zusammenarbeit wird im Laufe eines solchen Prozesses gar arg strapaziert. Um sich keine Blöße zu geben oder den gesamten Prozess nicht noch einmal von Grund auf neu starten zu müssen, werden oft widerwillig Korrekturen akzeptiert, welche die ursprüngliche Rangfolge der Anbieter gar anders aussehen lassen.

Und was ist nun die Moral der Geschichte? Wir müssen unsere Dienstleistungen – auch für Laien – fassbarer, greifbarer, transparenter gestalten. Dem Kunden soll verständlich aufgezeigt werden, dass es eine direkte Abhängigkeit zwischen Preis und Arbeitsstunden gibt. Weniger Kosten = weniger Arbeitsstunden, weniger Detailpflege, weniger Nachhaltigkeit. Einem Kunden soll aber auch der Wert unserer Dienstleistung kommuniziert werden. «You never get a second chance to make a first impression» gilt für Firmen ebenso wie für Menschen. Haben meine Gebäude saubere Fassaden? Ist bereits der Windfang sauber und ansprechend? Wie sehen Eingangshalle, Empfangstheke, Lift und Sitzungszimmer aus? Wir Dienstleister schaffen laufend den Rahmen, in dem sich das Bild unserer Kunden präsentiert. Werden wir echte Juweliere! Produzieren wir glaubwürdige, wertvolle und werthaltige Dienstleistungen zu angemessenen Preisen – weil sie es wert sind!

Gerold Schärli

Inhaber und Geschäftsführer der qualiServ AG

VERMOP®

Wechsel in Sekunden.

OVERALL WINNER AMSTERDAM INNOVATION AWARD 2012

CATEGORY WINNER AMSTERDAM INNOVATION AWARD 2012

Das neue Mag System
Ein Halter für alle Mop – mit dem Mag System mit Magnetkraft wechseln Sie schnell, einfach und flexibel zwischen verschiedenen Mop Typen.

Bodenreinigung MAG SYSTEM®

VERMOP Deutschland GmbH
Tel. + 49 9342 878-800
info@vermop.ch, www.vermop.ch
SALMON-GROUP