



PARTNERSCHAFT

HATAHET und FireStart optimieren gemeinsam den Arbeitsplatz der Zukunft

FireStart und HATAHET productivity solutions arbeiten ab sofort in einer intensiven Partnerschaft zusammen, um das Digital-Workplace-Modell mit den Funktionen der FireStart-BPM-Plattform um die Bereiche Process Modelling, Workflow Automation und Process Intelligence zu erweitern.

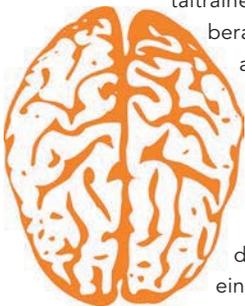
„Mithilfe von FireStart können wir eine sogenannte Workflow-Aorta eines Unternehmens designen, um automatisiert Neben-Workflows anzustoßen, die wiederum nach Erledigung an die Aorta zurückmelden und so selbst komplexe Prozesse in Gang setzen“, illustriert HATAHET-Geschäftsführer und Transformationsexperte Nahed Hatahet eine der Möglichkeiten, die durch die Partnerschaft mit FireStart entstehen. ■

KONGRESS

„Mind4Future“

Unter dem Themenschwerpunkt „Mind4Future – Die Zukunft beginnt im Kopf“ lädt das Institut für mentale Stärke rund um Marcus Täuber (Hirnforscher, Mentaltrainer, Bestsellerautor), Heidemarie Haberl-Glantschnig (ehemalige Spitzensportlerin, Mentaltrainerin, Psychologin) und Karl Wegmaier (Business- und Mentaltrainer, Lebens- und Sozialberater, Businesscoach)

am 1. Oktober zum 8. Internationalen Kongress für mentale Stärke ins Courtyard Hotel Messe Wien. Seit einigen Jahren ist diese Veranstaltung eine fixe Anlaufstelle für Coaches, Trainer, Führungskräfte, Personalentwickler sowie für all jene, die mentale Strategien für sich oder andere nutzen wollen bzw. wertvolle Impulse und neue Inspirationen suchen. ■



Leitbetrieb-Initiator Erich Stadler über den Erfolgsfaktor Kundenservice.

„Es lohnt sich, einzigartig zu sein.“



Produktqualität allein ist zu wenig

»Produktqualität allein ist heute meist zu wenig, sie ist eine Selbstverständlichkeit. Doch Service bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, um ein Unternehmen einzigartig zu machen.«

Erich Stadler, Initiator der ServiceMarke Leitbetrieb

Der sogenannte Unique Selling Point, kurz USP, bezeichnet das Alleinstellungsmerkmal eines Unternehmens. Ein Erfolgsfaktor, der gerade in Zeiten des intensiven Wettbewerbs immer mehr an Bedeutung gewinnt. Dies bestätigt auch Erich Stadler, Initiator der österreichischen ServiceMarke Leitbetrieb im Interview.

Herr Stadler, warum ist der USP gerade heutzutage so wichtig?

Weil Produkte und Dienstleistungen immer austauschbarer werden und die Märkte zunehmend gesättigt sind. Wer da den Kunden kein einzigartiges Nutzenver-

sprechen machen kann, hat schlechte Karten. Wenn der Konsument keinen wesentlichen Unterschied erkennen kann, entscheidet in den allermeisten Fällen der Preis: Gekauft wird dann beim billigsten Anbieter. Der USP ist nichts anderes als eine schlüssige Antwort auf die Frage des Kunden: Warum soll ich ausgerechnet bei dir kaufen und nicht woanders?

Können Unternehmen diesbezüglich auch mit Servicequalität punkten?

Auf jeden Fall! Exzellenter Kundenservice ist sogar ein sehr starker USP. Produktqualität allein ist heute meist zu