

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® im Überblick:

**Gegründet:** März 2000

**Leitung:** Dirk Zimmermann – Gründer und Direktor

**Kurzbeschreibung:** Das X [iks] ist ein Forschungs- und Beratungsunternehmen für die Entwicklung von zukunftsfähigem Service und der Gestaltung kundengerechter Kommunikation in den Bereichen: Marketing, Messe, Internet und Corporate Identity.

Die Ergebnisse unserer Forschungen veröffentlichen wir in Form von Studien, Büchern, Ratgebern, Fachartikeln und Newsletter.

In unserer Arbeit steht stets die praktische Umsetzbarkeit im Vordergrund. Dabei folgen wir dem Grundgedanken, daß alle wichtigen Impulse vom Markt und den Kunden ausgehen.

Unser Leistungsangebot umfaßt Marktstudien, Praxisanalysen, Themenrecherchen sowie Beratung, Vorträge und Seminare.

Zu unseren Kunden gehören Top-Unternehmen genauso wie Unternehmen aus dem Mittelstand, private und öffentliche Institutionen bzw. Organisationen sowie alle die, die im Service in Zukunft mehr erreichen wollen.

**Forschung:** *Service 2000 PLUS!* Studie zur Service-Qualität in Deutschland  
*Visiting Service!* Studie zur Service-Qualität der Besucherbetreuung  
*Service Communicates!* Studie zur Service-Qualität der Kundenkommunikation im Internet  
*Fair Services!* Studie zur Servicequalität des Besuchermanagements auf Messen  
*Service Trends!* Studie zu neuen Entwicklungen im Service  
*Messe im Trend!* Studie zu aktuellen Entwicklungen bei Messeauftritten  
*Service aus Kundensicht!* Herausforderungen und Perspektiven für Unternehmen, Produkte und Angebote  
*Telephone Services!* Studie zur Servicequalität der Kundenkommunikation am Telefon  
*eServices!* Erfolgreiche Servicelösungen im Internet

**Schwerpunkte:** Serviceforschung (Entwicklung, Themen, Inhalte, Angebote, Qualität)  
Kommunikationsforschung (Konzepte, Maßnahmen, Prozesse)  
Kundenbeziehungs-forschung (Typen, Phasen, Dauer, Wert)  
Qualitätsforschung (Kriterien, Güte, Nutzen, Vorteile)

**Beratungsmandate:** Entwicklung der Qualitätsfaktoren im Service-Prozeß  
Etablierung eines organisatorischen Service-Design-Modells  
Aufbau eines professionellen Service-Marketing  
Einführung eines Service-Managements auf Messen  
Implementierung von Service-Standards in der Besucherbetreuung  
Optimierung der Serviceangebote im Internet