

SERVICE TRENDS

03/2011



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Wenn Services professionell entwickelt werden sollen, muß das genauso akribisch und methodisch geschehen, wie das bei Produkten der Fall ist. Dazu gehören Entwurf, Evaluierung, Test und Prototyping von neuen, innovativen Ideen.

Ziel dabei ist es, reproduzierbare Qualität, also wiederholbare Qualität von Service sowie deren Ökonomisierung zu erreichen. Relevant in dem Zusammenhang ist: 1. Die Funktion eines Service muß sicher sein. 2. Der Service muß wirtschaftlich sein - also erschwinglich, zu vernünftigen Kosten. 3. Der Service muß einfach nutzbar sein - die Ergonomie der Dienstleistung und 4. Der Service muß eine zielgruppengerechte Ästhetik aufweisen. Das heißt, er muß denjenigen auch ansprechen, um den es geht.

Schließlich ist es im Entwicklungsprozeß des Service unverzichtbar, den Kunden einzubinden, denn es geht bei den Lösungsangeboten nicht nur um „Hightech“, sondern vor allem um „Hightouch“.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Lösungen im Service

Kunden suchen heute gezielt nach Serviceleistungen, die ihnen konkrete Lösungsmöglichkeiten bieten.

Tendenzen

Service mit sozialem Beug

Soziale Aspekte im Service sind angesagt. Es geht dabei um kooperative Beziehungen in der Nutzung und Verbreitung eines Angebotes.

Tips

Nachhaltiger Service

Nur durch die Einbeziehung relevanter Kundenbedürfnisse läßt sich der Serviceerfolg eines Unternehmen steigern.

Tools

Kundenorientierung im Service

Die Erfüllung der Kundenerwartungen ist die Prämisse für den zukünftigen Markterfolg von Unternehmen im Service.

Inhalt

Thema	2
Trends	2
Tips	2
Tendenzen	3
Transfer	3
Tools	4
Impressum	4

Thema

Service mit Reputation

Eine exzellente Reputation bei Kunden bestimmt entscheidend die Zukunftsfähigkeit, den Erfolg, den Produktabsatz eines Unternehmens, so eine aktuelle Studie des Reputation Institute (www.reputationinstitute.com)

Ein zentrales Ergebnis der Studie: Die Menschen leben inzwischen in einer neuen ‚reputation economy‘, die Mehrheit der Kunden (57 %) weltweit entscheidet sich aufgrund ihrer subjektiven Wahrnehmung des Unternehmens für oder gegen Produkte und Dienstleistungen. Die Eigenschaften selbst spielen nur noch eine nachgeordnete Rolle. Die Macht der Reputation sollte daher nicht unterschätzt werden.

Ist eine positive Reputation auf dem Heimatmarkt aufgebaut worden, besteht die Herausforderung darin, diese zu erhalten und in die Welt zu exportieren. Denn in den 15 größten Ländern der Welt erhalten Unternehmen mit einer guten Reputation durchschnittlich dreimal so viel Unterstützung wie ihre Wettbewerber mit geringerem Renommee.

Micro-Blog

Wen Sie wissen wollen, womit wir uns der Service- und Kommunikationsentwicklung gerade beschäftigen, schauen Sie einmal in unseren aktuellen Blogs auf [Twitter](#) oder [Facebook](#) vorbei.

Tips

Nachhaltiger Service

Die Erwartungen der Kunden im Service entwickeln sich weiter. Deshalb ist es notwendig, immer mit den Kunden mitzudenken und sich auf dem gleichen Entwicklungsniveau zu befinden. Nicht nur bedingt durch ein zu erkennendes Überangebot, sondern auch wegen der Vielfältigkeit der angebotenen Leistungen, wird die Bedeutung des Service steigen.

Standardisierte Konzepte können die Kunden kaum noch überzeugen. Kunden erwarten maßgeschneiderte Lösungen, die im Sinne der Dauer, Intensität und Reife der Beziehung einen paßgenauen Nutzen bieten. Für Unternehmen wird es daher wichtiger - unter Einbeziehung aktueller Trends und Entwicklungen - spezifische [Anforderungen im Service](#) schnell, flexibel und zuverlässig zu erfüllen.

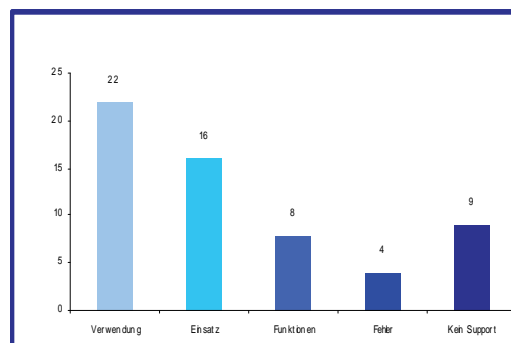
Trends

Lösungen im Service

Leistungen im Service müssen für den Kunden lösungsorientiert sein. Das gilt auch für Serviceangebote im Internet.

Schwerpunkt der Beratungsservices bilden Produkte und deren Nutzung. Logistische Services sind hauptsächlich dort zu finden, wo der Kunde unmittelbar beauftragen oder bestellen kann. Klassische Leistungen wie Reparatur und Austausch werden noch immer weitgehend angeboten, während neue, technologiegetriebene Services deutlich aufholen.

Supportservices sind ausschließlich dort zu finden, wo es um Geräte und Systeme geht. Zu erkennen ist allerdings eine Trend zur Unterstützung der „Selbst-Hilfe“, sowohl in der Prävention, als auch in der Fehlerbehebung.



[Ergebnisse der X \[iks\] Studie „eServices“](#)

Tendenzen

Service mit sozialem Bezug

Die Schaffung von mehr sozialen oder kooperativen Beziehungen spielt eine wichtige Rolle in einer kundenzentrierten Ausrichtung von Unternehmen - auch im Service. Schon heute versammeln sich Kunden auf Social Communities, wie Facebook, MySpace, und Xing, um sich über Erfahrungen zu verständigen oder schreiben ihre Erlebnisse in Blogs oder auf Twitter, die von vielen anderen gelesen werden.

Dies geschieht außerhalb offizieller Serviceprozesse und setzt die Verantwortlichen in den Unternehmen zusehends mehr unter Druck. Eine Nutzung „Sozialer Technologien“ kann helfen, Unternehmen und Kunden näher zusammenzubringen, wichtige Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen und zu erfüllen.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Service macht es erforderlich, vermehrt spezifische Angebote für verschiedene soziale Gruppen bereitzustellen und gleichzeitig deren Erfahrungen zu kanalisieren. Sozialer Kundenservice bietet eine große Chance in einer neuen, von vielfältigen Medien bestimmten Welt, Beziehungen zu festigen und weiter auszubauen.

Bereits heute haben sich innovative Serviceanbieter mit [maßgeschneiderten Lösungen](#) auf die Bedürfnisse bestimmter sozialer Gruppen eingestellt.

RSS-Feed

Sie können die Beiträge des X [iks] mit einem Newsreader lesen oder in Ihre Homepage einbinden - und bleiben so immer auf dem neuesten Stand! Abonnieren Sie schnell und einfach unsere [aktuellen RSS-Feeds](#).

Transfer

Service erfolgreich gestalten

Kunden wollen heute mit Leistungen im Service überrascht werden, die sie nicht erwartet haben, immer wieder aufs Neue. Dazu gehört die Kreation innovativer Serviceangebote im gleichen Maße wie die Kontinuität in der optimalen Erbringung bereits vorhandener Serviceleistungen. Mit hervorragenden Servicekonzepten lassen sich individuelle und persönliche Anforderungen erledigen, als auch neue Kunden gewinnen und bestehende Kunden halten.

Für erfolgreiche Kundenlösungen benötigen Unternehmen fundiertes [Wissen im Service](#):



Tools

Kundenorientierung im Service

Die Kundenorientierung im Service ist entscheidend: 1. Entspricht Ihr Serviceangebot den Bedürfnisse der Kunden? 2. Welche Ergebnisse kann der Kunde erwarten, wenn er Ihre Serviceleistungen in Anspruch nimmt? 3. Wie ist die Qualität Ihrer Serviceerbringung insgesamt? Dahinter steht eine Fülle von Einzelfragen. In der Summe umreißen sie alle den Nutzen, den ein Kunde bei einem Serviceangebot wahrnimmt.

Zudem ist es erwiesen, daß ein Kunde sich nur dann für ein Angebot entscheidet, wenn das Unternehmen ihm den höchsten, von ihm tatsächlich wahrgenommenen Nutzen unter allen Anbietern bietet. Das ist der Kundennutzen. Unternehmen sollte daher den tatsächlichen Kundennutzen ihres Serviceangebotes genau kennen. Erste eine dezidierte Analyse zeigt die Marktanforderungen an eine bestimmte Servicelösung. Daran werden die Leistungen aller Anbieter gemessen. Gleichermaßen können auch entsprechende Kundenzufriedenheitswerte ermittelt werden.

Wie Sie die Kundenorientierung in Ihrem Service genau ermitteln können, erfahren Sie [hier](#).

Anzeige

Tipps und Ideen für alle Selbstständigen

,

Das FinanzplanTeam zeigt Ihnen als Chef anhand von Beispielen in dieser Broschüre einen einfachen und gangbaren Weg auf, wie man auf Dauer erfolgreich mit seinen Finanzen wirtschaftet.

Nutzen Sie den Finanzplan Newsletter für sich und sichern Sie sich jetzt die kostenfreie 17-seitige Broschüre des FinanzplanTeams: "So geht es Ihnen als Chef finanziell auf Dauer gut" im PDF-Format.

Download unter: <http://www.mein-finanzbrief.de/download.php?id=816>

Impressum

Herausgeber

X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®
Wilhelm-Kuhr-Straße 87b
D-13187 Berlin

Fon: + 49 (0) 3 0 / 417 19 296
Fax: + 49 (0) 3 0 / 417 19 297
ePost: office@DieServiceForscher.de
Internet : www.DieServiceForscher.de

V.i.S.d.P.:

Dirk Zimmermann
ISSN 1862-3654

Bildnachweise

X [iks]

Archiv

www.DieServiceForscher.de

Abonnement

newsletter@DieServiceForscher.de

Alle Texte unterliegen dem uneingeschränkten Urheberrecht der jeweiligen Autoren. Jeglicher Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur durch vorherige schriftliche Genehmigung erlaubt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder übernehmen wir keine Haftung.