

SERVICE TRENDS

04/2016



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Serviceinnovationen nutzen neue technische Möglichkeiten oder orchestrieren vorhandene Technologien neuartig, um einen neuen Prozeß zu realisieren oder einen bereits bestehenden grundlegend zu verbessern. Dabei wird die Technik vom Nutzer gar nicht wahrgenommen: Sie ist nur der stille Enabler, der die reibungslose Mechanik hinter dem Service ermöglicht.

Mehr noch, neue Technologien sind keine Voraussetzung für neue Services. Die benötigten Enabler – persönliche mobile Endgeräte mit permanenter Internetverbindung und funktionale Anwendungslösungen wie z.B. Apps – sind seit mehreren Jahren verfügbar.

Bei der Frage, welche Serviceinnovationen es künftig geben wird, lohnt sich ein Blick auf die Trends im Technologie-Bereich. Denn häufig folgen Serviceinnovation technischen Innovationen. So wird das Internet of Things (IoT) sehr wahrscheinlich als nächster Katalysator für Serviceinnovationen fungieren.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Service Automatisierung

Die erfolgreiche Etablierung von automatisierten Lösungen wird davon abhängen, ob der Kunde das Angebot positiv wahrnimmt.

Tendenzen

Self Service-Portale

Der zusätzliche Nutzen für den Kunden spielt bei Self Service-Angeboten im Internet die entscheidende Rolle.

Tips

Messaging Apps

Die Verbreitung mobiler Nachrichtendienste bietet vielversprechende Möglichkeiten für den Einsatz im Service.

Tools

Service Bots

Die Roboter sind auch im Service auf dem Vormarsch und könnten in Zukunft die Kommunikation mit dem Kunden bestimmen.

Inhalt

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

Thema

Technische Systeme

Unternehmen nutzen immer öfter technische Systeme zur Unterstützung ihrer Services. Kunden nehmen diese „Automatisierung“ allerdings nur dann positiv wahr, wenn es sich um einfache und risikolose Vorgänge handelt. Kommt Beratungsbedarf hinzu, gibt es Vorbehalte.

Der automatisierte Service hat viele Gesichter. Konsumenten begegnen ihm als Pfandautomat im Supermarkt, beim Online-Banking oder beim Selbst-Check-In am Flughafen.

Vorteile der technischen Systeme sind zum Beispiel Unabhängigkeit von Öffnungszeiten, erhöhte Kapazitäten im Service oder geringere Kosten für den Kunden – wenn die Ersparnis des Unternehmens an diesen weitergegeben wird.

Im Unternehmen werden wiederum durch die Automatisierung im Service Ressourcen an anderer Stelle frei, um individuellen Service zu leisten, wo er tatsächlich benötigt wird.

Micro-Blog

Wen Sie wissen wollen, womit wir uns der Service- und Kommunikationsentwicklung gerade beschäftigen, schauen Sie doch einmal auf [Twitter](#), [Facebook](#), [Google+](#) oder [Pinterest](#) vorbei.

Tips

Messaging Apps

Längst haben sich Kunden daran gewöhnt über Messaging Apps schnell und unkompliziert Nachrichten auszutauschen - warum also nicht auch Anfragen an Unternehmen? Diese könnten dann im Service eingesetzt werden, wenn die Anfragen individueller werden, wenn Kundendaten ausgetauscht werden müssen, um eine Lösung herbeizuführen.

Zudem gibt es unternehmenstaugliche Software für die Bearbeitung von Anfragen, die via WhatsApp eintreffen. So können eingehende Nachrichten auch strukturiert im Team abgearbeitet werden. Andere Apps bieten gleich von Haus aus passende Lösungen an, die von Unternehmen genutzt werden können. Mit dem fortschreitenden Rollout von Verschlüsselungstechnologie könnte außerdem dem notwendigen Datenschutz entsprochen werden.

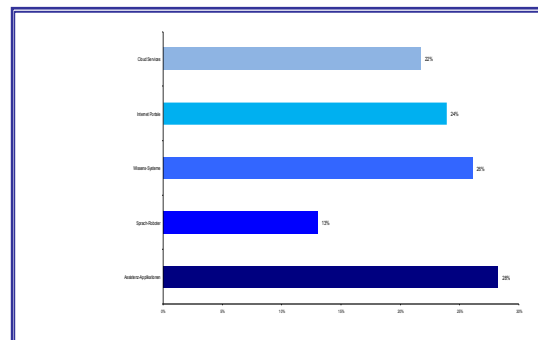
Trends

Service Automatisierung

Die erfolgreiche Etablierung von automatisierten Lösungen im Service wird in Zukunft davon abhängen, ob der Kunde das Angebot positiv wahrnimmt und sich damit persönlich identifizieren kann. Dabei spielen der zusätzliche Kundennutzen und die hohe Verfügbarkeit eine wichtige Rolle.

Die Unternehmen gehen davon aus, daß die Bedeutung der Automatisierung im Service weiter zunehmen wird. Besonders Assistenz-Applikationen, Wissens-Systeme sowie Internet Portale wären dabei für eine Nutzung im automatisierten Service gut geeignet.

Als größte Herausforderungen einer erfolgreichen Service-Automatisierung werden die Digitale Kompatibilität, Proaktive Lösungen und Integrierte Anwendungen gesehen.



Ergebnisse der X [iks] Umfrage „Service Automatisierung“

Tendenzen

Self Service-Portale

Self Service Angebote werden von immer mehr Unternehmen als Chance erkannt. Viele Serviceangebote, die früher noch persönlich vor Ort erledigt werden mußten können heute bequem über das Internet durchgeführt werden. Die Vorteile für beide Seiten – Anbieter und Kunde – liegen auf der Hand: Neben der Zeitersparnis ist es vor allem die Unabhängigkeit von den üblichen Geschäftsöffnungszeiten, die Kunden zu schätzen wissen. Für Anbieter eröffnen online Serviceangebote die Möglichkeit Unternehmensprozesse zu optimieren und Kostenstrukturen zu verschlanken

Bei der Konzeption eines Self-Service-Portals sollte an oberster Stelle der Mehrwert des Kunden stehen. Wenn das Online-Serviceangebot angenommen und entsprechend genutzt wird ergeben sich die angestrebten Einsparungen ganz von selbst. Daher ist es wichtig, herauszufinden, welche Dienstleistungen rund um Ihre Produkte sich Ihre Kunden wünschen und was sie als echten Zusatznutzen einstufen.

Sind die Serviceangebote gut durchdacht und bedienungsfreundlich, können sie zudem ein äußerst wirkungsvolles Marketinginstrument sein. In Zeiten, in denen Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher werden, bieten Self Service-Portale mit Zusatzservices die Möglichkeit zur Differenzierung und Profilierung und schaffen so echte Wettbewerbsvorteile, die heute sonst nur schwer zu erreichen sind.

News-Gruppe

Das X [iks] hat auf [WhatsApp](#) ein eigenes Profil eingerichtet: +491719187813. Neue Entwicklungen, aktuelle Trends und interessante Themen bilden den Hintergrund für die regelmäßigen „Service News“ des Instituts. Lassen Sie sich in die News-Gruppe eintragen.

Transfer

eServices!

Service im Internet ist ein Spiegel rasanter Veränderungen heutiger Kundenbedürfnisse. Personalisierte Angebote, individuelle Gestaltung, sozialbestimmte Nachfrage und zeitdynamische Nutzung sind Faktoren, die sich wert - oder prestigeerhöhend für die Anbieter auswirken können

Die Studie „[eServices](#)“ zeigt, wie sich Unternehmen in ihrem Serviceportfolio auf die "neuen" Anliegen der Kunden einstellen können..



Tools

Service Bots

Bots, kurz für Roboter, sind kleine Softwareprogramme, die menschlich agieren und doch künstlich sind. Sie sollen, eingebunden in Chatprogramme, unsere Vorlieben erkennen, maßgeschneiderte Angebote machen und News übermitteln. Der Messenger wird damit zur universellen Dienstleistungs-Plattform. Vorteil für den Nutzer: Er braucht nicht für jede Aktivität eine eigene App oder muß umständlich nach der richtigen Website suchen. All das erledigt der Messenger mit Hilfe der eingebundenen interaktiven Bots.

Sobald Bots schnell zu finden und einfach zu nutzen sind, könnten sie zahlreiche Apps ersetzen. Die Macht der Messenger stiege enorm und würde sie zu einem neuen zentralen Ökosystem machen. Die kleinen Dialog-Programme würden zum One-Stop-Shop: Kiosk, Kaffeeküche und Einkaufsladen in einem.

Bots könnten auch den Service revolutionieren. Um den Support eines Unternehmens in Anspruch zu nehmen, könnte zukünftig ein Messenger eingesetzt werden. Eine kurze Nachricht mit dem Anliegen an den Anbieter – und das dahinter liegende System beantwortet automatisch die User-Fragen. Chatten mit dem Bot statt eines Anrufs im Callcenter.

Anzeige

Service erfolgreich lernen!

Unternehmen erkennen vermehrt die Bedeutung des Service als Beschleuniger des Produkterfolges und gleichzeitig entstehen durch wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Veränderungen neue Bedürfnisse der Kunden, die nur spezifische Serviceleistungen befriedigt werden können.

Angebot, Umfang und Qualität des Service spielen eine wichtige Rolle, aber immer öfter sehen sich Anbieter mit Fragen zur Innovation, zum Engineering und zum Design der Services konfrontiert.

Holen Sie sich die Antworten in den Seminaren des SEC: www.dieservicefoerderer.de/produkte/seminare/

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.

office@DieServiceForscher.de