

SERVICE TRENDS

04/2014



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Die Zeichen im Service stehen auf Mobilität! Im Zeitalter von Smartphones und Tablet-PC's fragen immer häufiger Kunden auch unterwegs nach Diensten die Produkte erklären, Preise vergleichen, Kundenwünsche antizipieren, Empfehlungen aussprechen, Buchungen vornehmen, das Wetter vorhersagen, Terminkalender managen und Transaktionen auslösen.

Die Vorteile mobiler Services liegen klar auf der Hand: Schneller, bequemer und ortsunabhängiger Zugriff auf kompetente Informationen aus erster Hand. Durch mobile Services sind die Kunden jederzeit in der Lage, ihre Fragen schnell und effizient zu beantworten.

Die Mehrwerte für die Kunden sind dementsprechend: Schnelligkeit, Aktualität und Effizienz in der Kommunikation, auch durch die Verschmelzung von Sprache, Bild, Video und Daten sowie Verringerung der Kontaktquote bzw. Erweiterung der Kontaktkanäle zum Anbieter.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Applikationen im Service

Entwicklung Intelligenter Anwendungslösungen, die der Kunde überall und jederzeit nutzen kann.

Tendenzen

Cloud Services

Service aus der Wolke gewinnt in der Nachfrage der Kunde zusehends mehr an Bedeutung.

Tips

Services In-Store

Personalisierte Dienste, die den Kunden beim Einkaufen begleiten werden immer öfter gewünscht.

Tools

Mobiles Internet im Service

Neue Technologien ermöglichen Unternehmen den Kunden auch unterwegs zu betreuen.

Inhalt

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

Thema

Location Based Services

Location Based Services (LBS) sind ein Meilenstein des technischen Fortschritts. Dabei funktionieren die standortbezogenen Dienste nicht viel anders als Navigationssoftware: Sie erfassen Ihren Standort und stellen Ihnen darauf abgestimmte Informationen zur Verfügung, zum Beispiel die nächsten Supermärkte in der Umgebung.

Bei standortbezogenen Diensten unterscheidet man zwischen reaktiven und proaktiven Angeboten. Wie der Name schon nahe legt, müssen Nutzer bei reaktiven Diensten den Service jedes Mal ausdrücklich anfordern. Proaktive Dienste reagieren hingegen automatisch beim Eintritt in eine bestimmte Zone.

Smartphone-Apps mit LBS erfreuen sich großer Beliebtheit - ihre Download-Raten in den App-Stores steigen kontinuierlich. Branchenkenner haben diese Entwicklung vorhergesehen. Viele Nutzer möchten den Komfort, den standortbezogenen Dienste für viele täglichen Aktivitäten bereitstellen, nicht mehr missen.

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

Services In-Store

Laut einer Studie von Symphony EY (www.ey.com) wollen Kunden mobile „Services In-Store“ neben Preisvergleich per Handy sind die beliebtesten mobilen Services, die sich Kunden beim Lebensmitteleinkauf wünschen, detaillierte Produktinformationen (60%), „Fast-Track“-Bezahlen (52%) und Produktfinder (51%).

Im Gegenzug sind Kunden bereit, Informationen zu ihrem Einkaufsverhalten mit Händlern zu teilen, um ein Angebot an personalisierten Services zu ermöglichen. Allerdings geschieht das für ein Fünftel der Kunden nur unter der Voraussetzung, daß dabei ein Vorteil für sie aufgezeigt wird. Etwa die Hälfte der Befragten (49 Prozent) würde Informationen nur dann teilen, wenn Datensicherheit garantiert wird.

Trends

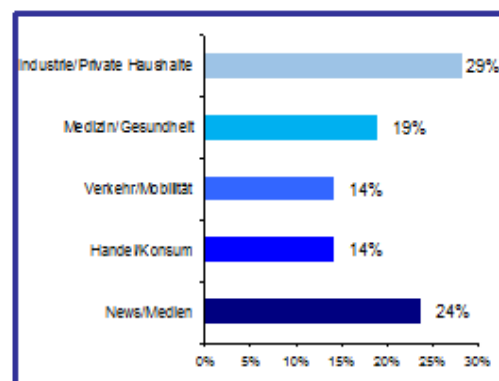
Applikationen im Service

Die Bedeutung mobiler Anwendungen im Service wird weiter zunehmen. Vorteile dieser Entwicklung für Unternehmen liegen in der Verbesserung der Kundeninteraktion, der Vereinfachung der Kundenlösungen und der Anpassung an Kundenszenarien.

Mobile Applikationen im Service werden Kunden in Zukunft durch Informationen, Navigation und Reporting am besten unterstützen.

Zum Einsatz kommen werden sie vor allem in den Bereichen Industrie/Private Haushalte, News/Medien und Medizin/Gesundheit.

Letztlich kann sich das Angebot mobiler Serviceanwendungen für die Unternehmen auch auf die Bindung der Kunden und die Senkung von Kosten auswirken.



[Ergebnisse der X \[iks\] Umfrage „Application Services“](#)

Tendenzen

Cloud Services

Der deutsche Markt für Cloud Services im SMB-Bereich erreichte im Jahr 2013 ein Marktvolumen von 1,8 Milliarden Euro. Wachstumstreiber sind vor allem die Bereiche Kommunikation und Zusammenarbeit sowie Online-Applikationen.

Folgt man dem vom Unternehmen Parallels (www.parallels.com) veröffentlichten Report SMB Cloud Insights für Deutschland adaptieren Kunden aus dem Small und Medium Business-Umfeld (SMB) immer mehr Cloud Services aus den folgenden vier Bereichen: Infrastructure-as-a-Service (IaaS), Webpräsenz und Webapplikationen, gehostete Kommunikation und Zusammenarbeit sowie Online-Business-Applikationen.

Im Vergleich zum Vorjahr (1,5 Milliarden Euro) wuchs der deutsche Markt für Cloud Services im SMB-Bereich um 22 Prozent und erreicht 2013 ein Volumen von 1,8 Milliarden Euro. Bis 2016 erwartet Parallels ein weiteres jährliches Wachstum um mehr als 23 Prozent und somit ein Gesamtvolumen von 3,4 Milliarden Euro.

Laut Studie basiert diese Steigerung in erster Linie auf den hohen Wachstumsraten in den Bereichen Kommunikation und Zusammenarbeit sowie Online-Applikationen, deren Anteil schätzungsweise auf 900 Millionen Euro bzw. 1,5 Milliarden Euro steigen wird. Der Bereich Kommunikation und Zusammenarbeit holt mit einer 43 Prozent starken, jährlichen Wachstumsrate gegenüber den anderen Cloud-Kategorien auf.

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 [Fachbeiträge](#) oder [Podcasts](#).

Transfer

Service aus Kundensicht

Ein präzises Verständnis des Kunden, seiner Wünsche, Bedürfnisse und Auswahlpräferenzen ist heute und in Zukunft im Service dingend erforderlich. Gefragt sind „wirkungsvolle Lebenshilfen“, die planen, vorbereiten, abwickeln, kontrollieren, bilanzieren und in jeder Hinsicht wirkungsvoll unterstützen.

Die Studie „[Service aus Kundensicht](#)“ beleuchtet die wichtigsten Anforderungen der Kunden an neue Services.



Tools

Mobiles Internet im Service

Das mobile Internet schafft die Grundlage für eine neue Form von Service. Unternehmen können die Käufer ihrer Produkte zukünftig zu jeder Zeit und an jedem Ort per Smartphone betreuen. Mit steigenden Bandbreiten werden klassische Telefon-Hotlines mit Instrumenten wie FAQs, Chat, Videos und Animationen in mobilen Service-Portalen verschmelzen.

Die Nutzer werden ihre Anfragen oder Reklamationen per Smartphone-Kamera als Bild oder Video einsenden, das Support-Team wertet diese aus und kann den Kunden gezielt unterstützen. Die technologischen Grundlagen für solche Service-Portale sind heute längst vorhanden. Unternehmen können mit innovativen Service-Konzepten am Markt Zeichen setzen.

Unternehmen, die primär nach neuen Umsatzquellen suchen, finden im mobilen Internet eine hervorragende Wachstumschance. Denn hier lassen sich kostenpflichtige Dienste schneller und einfacher als im stationären Web etablieren.

Wie können Unternehmen sich auf die mobilen Anforderungen im Service einstellen und dabei den [Bedürfnissen ihrer Kunden](#) gezielt Rechnung tragen?

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