

# SERVICE TRENDS

# 02/2014



## Editorial

Liebe Leserin/  
lieber Leser

Digitale Technologien erschließen neue Kontakt und Kommunikationskanäle für Unternehmen – auch im Service. Ihr Einsatz ist ebenso notwendig wie chancenreich. Doch die damit verbundene Transformation von Geschäftsprozessen braucht Zeit und eine Architektur.

Weil Kunden heute immer besser informiert und immer weitreichender vernetzt sind, erwarten sie von Unternehmen reibungslose Service-Erlebnisse. Dem kann aber nicht einfach nur durch das Aufschalten neuer digitaler Kanäle begegnet werden.

Vielmehr muß die Service-Performance auf den Prüfstand gestellt werden. Effizienz und Kostenminimierung durch ein schnelles Bedienen der Kunden sollten nicht länger im Fokus stehen. Stattdessen gehe es um nachhaltige Kundenbindung und eine hohe Qualität der Kundenbeziehungen

Sowohl im Social Web als auch an allen weiteren Kundenkontaktpunkten sollten Unternehmen in Zukunft Erwartungen erfüllen und ihre Kunden sogar positiv überraschen. Dazu ist auch eine interne Vernetzung der Mitarbeiter zwingend geboten.

Ihr Dirk Zimmermann

## Trends

### Kundenkommunikation 3.0

Das semantische Internet wird zukünftig die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden beeinflussen .

## Tendenzen

### Vernetzung im Service

Der Erfolg der Vernetzung eines Unternehmens mit Kunden im Service hängt eng mit der internen Abstimmung zusammen.

## Tips

### Service in der Community

Durch Beziehungsnetzwerke lassen sich auch komplexe Anforderungen im Service lösen.

## Tools

### Service als Applikation

Mobile, technologische Servicelösungen liegen im Trend! Kunden wollen heute Dienste als Anwendung überall nutzen können.

## Inhalt

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

## Thema

### Digitalisierung reformiert Service

Mehr Transparenz, mehr Vernetzung, effizienter Umgang mit Informationen und die stetige Schaffung neuer Geschäftsmodelle – die Digitalisierung bietet große Möglichkeiten für die Servicewirtschaft. Innovative Serviceleistungen werden heute mithilfe von digitalen Medien erbracht. In dem Kontext stellt heutzutage kaum einer mehr die Relevanz von Social Media – auch für den B2B Bereich – in Frage.

Um jedoch diese Veränderungen innerhalb der Unternehmen zu beherrschen, bedarf es einer großen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der Unternehmen: Prozesse, Organisation und Zusammenarbeit werden sich in Zukunft ändern. In einer Zeit, in der ein Zugang zu relevanten Informationen durch Smartphones und Tablets einfach und überall möglich ist, wird die Digitalisierung- und die dadurch induzierte Veränderung vieler Prozessschritte – zu einer der aktuellen großen Herausforderung der Unternehmen

#### Micro-Blog

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

## Tips

### Service in der Community

Communities sind Beziehungsnetzwerke, in denen sich Menschen aufgrund ähnlich gelagerter Interessen, Werte, Ziele oder Probleme zusammenfinden. Sie tauschen Informationen aus oder lösen gemeinsam bestimmte Probleme. Für Serviceanbieter gewinnt diese „informelle“ Organisationsform zunehmend an Bedeutung. Kunden erwarten von Dienstleistern anstelle einfacher Services zunehmend Lösungen, die oft weit über das Leistungs- und Kompetenzspektrum eines einzelnen Anbieters hinausgehen.

Letztlich müssen sich Unternehmen damit auseinandersetzen, wie Service-Communities entstehen und welche Möglichkeiten des Designs von Service-Communities im Hinblick auf innovative Formen der Dienstleister- und Kundeninteraktion bestehen.

## Trends

### Kundenkommunikation 3.0

Mit der Entwicklung zum Web 3.0 geht ein nachdrücklicher Wandel in der Kundenkommunikation einher. Eine andere Art der Verfügbarkeit von Informationen spielt dabei eine wichtige Rolle, aber auch neue Formen der Nutzerpartizipation.

Einen zunehmenden Einfluß des Web 3.0 auf die Kundenkommunikation erwarten die Teilnehmer der Umfrage.

Insbesondere bei der Aufdeckung von Kundenbedürfnissen, der Lösung von Kundenanliegen und der Sammlung von Kundeninformationen sehen die Unternehmen Vorteile in der Einbindung des semantischen Internets.



[Ergebnisse der X \[i\]ks\] Umfrage „Kundenkommunikation 3.0“](#)

## Tendenzen

### Vernetzung im Service

Die Studie „Vernetzung verändert alles“ des Unternehmens Salesforce hat herausgefunden, daß 75 Prozent der befragten Unternehmen eine sehr viel persönlichere und individuellere Beziehung zu ihren Kunden wünschen.

Mit Blick auf die Zielsetzung einer engeren Vernetzung sehen die Befragten die größten Verbesserungspotentiale bei der Produktentwicklung (54 Prozent), im Marketing (53 Prozent) und in der Öffentlichkeitsarbeit (52 Prozent). Wichtigster Faktor für die Kundenorientierung ist für knapp drei Viertel der Befragten (74 Prozent) der Führungsstil im Unternehmen. Auch der Feedbackkultur (71 Prozent), einer transparenten Kommunikation (73 Prozent), sowie Mitarbeitermotivation (71 Prozent) wird eine hohe Bedeutung zugemessen.

Einen solchen Austausch können entsprechende Vernetzungsplattformen unterstützen. Bereits heute haben eine Reihe von Unternehmen einen „Social Hub“, der die Menschen im Unternehmen in den verschiedenen Bereichen und Funktionen miteinander vernetzt. Hier bedarf es klarer Anreizmechanismen, damit diese Medien effektiv genutzt werden sollen.

Wie können Unternehmen durch den [Einsatz sozialer Kommunikation](#) ihren Service an diese neuen Anforderungen anpassen?

### 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

### Kundendialog 2.0

Moderne Kundenkommunikation muß in Zukunft noch mehr Potential entfalten: Botschaften, die effizient und effektiv Kunden binden sollen, müssen stärker als bisher personalisiert und empfängerorientiert zugeschnitten werden und zudem einen echten Mehrwert bieten. Deshalb sollten Unternehmen ihre Kunden entsprechend ihrer Lebenswelt ansprechen. Dazu nutzen sie wo immer relevant den vom jeweiligen Kunden präferierten Kommunikationskanal und füllen diesen mit Leben.

Die Studie „[Kundendialog 2.0!](#)“ beleuchtet maßgebliche Erfolgsfaktoren:



## Tools

### Service als Applikation

Die Zeichen im Service stehen auf Mobilität! Im Zeitalter von Smartphones und Tablet'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 Applikationen im Service 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.

Wie können Unternehmen ihre Serviceleistungen, in Form mobiler Applikationen, am besten auf den [Nutzen für den Kunden](#) ausrichten?

**Anzeige** **Durch die FinanzPlan-Idee haben Sie wesentlich weniger Streß in Ihrem Leben!**

Auf den Punkt gebracht: Die Finanzplan-Idee ist der schnellste und direkteste Weg, um das Verhältnis Ihrer Einnahmen und Ausgaben zu optimieren.

Wie funktioniert die Finanzplan Idee? Das kostenfreie Hörbuch 'Die FinanzPlan-Idee: In 3 Schritten zu Wohlstand und Sicherheit' führt Sie Schritt-für-Schritt durch die Finanzplan Idee und zeigt, warum sie solch schnelle und überraschend positive Resultate erzielt (im mp3-Format 27 MB). Infos unter: <http://www.das-haushaltsbuch.de/>

Leser des FinanzplanNewsletters finden den **Gratis Download** unter: <http://www.mein-finanzbrief.de/download.php?id=1855>

## 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](mailto:office@DieServiceForscher.de)  
Internet : [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

### V.i.S.d.P.:

Dirk Zimmermann  
ISSN 1862-3654

### Bildnachweise

X [iks]

### Archiv

[www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

### Abonnement

[newsletter@DieServiceForscher.de](mailto: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.