

SERVICE TRENDS

02/2015



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Der Aufbau einer vernetzten Service-Intelligenz ist heute unabdingbar. Denn der Kunde wird zunehmend anspruchsvoller. Er erwartet einen modernen Service, der ihm in Echtzeit überall und auf allen Geräten sowie über wechselnde Kanäle hinweg mit personalisierten Diensten zur Verfügung steht.

Heute genügt es nicht mehr, die vorhandenen traditionellen Kanäle Telefon, Telefax und E-Mail lediglich um digitale Einzelkomponenten zu ergänzen. Vielmehr sind digital gesteuerte Serviceprozesse grundlegend neu zu denken.

Denn nicht nur die digitalen Ergänzungen im Service sondern vor allem auch innovative Servicelösungen mit völlig neuen Denkansätzen versprechen Erfolg.

Vielversprechend sind in diesem Zusammenhang die Ansätze eines vorausschauenden bzw. pro-aktiven Service. So liefern z.B. Apps oder How-to-Videos dem Kunden eine schnellere und einfachere Lösung.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Vernetzte Services

Die Verbindung der Fähigkeiten unterschiedlicher Kanäle im Service wird zum Erfolgsfaktor.

Tendenzen

Interaktion mit Kunden

Der Austausch über unterschiedliche Kanäle im Service erfordert ein ganzheitliches Kommunikationskonzept.

Tips

Service ex machina

Automatisierter Service kann zu Befriedigung grundlegender Kundenbedürfnisse genutzt werden.

Tools

Digitaler Dialog

Die Kommunikation mit dem Kunden wird von der zunehmenden Digitalisierung geprägt.

Inhalt

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

Thema

Intelligente Verknüpfung

Durch die neue „Wirtschaft des Teilens“ (Sharing Economy) entstehen neue, komplexe Ökosysteme. In Zukunft ist nicht mehr die Kompetenz eines einzelnen Anbieters in abgegrenzten Märkten ausschlaggebend, sondern die intelligente Verknüpfung der Fähigkeiten ganz unterschiedlicher Anbieter, die es gemeinsam schaffen, dem Kunden einen höchstmöglichen Mehrwert zu bieten.

Dies beginnt mit der Schaffung gemeinsamer Standards für den Datenaustausch, geht über die nutzerorientierte Kreation neuer Leistungsbündel über verschiedenste Märkte hinweg und reicht bis zur gemeinsamen Vermarktung der neuen digitalen Ökosysteme.

Die Bedeutung einer intelligenten Verknüpfung wird immer stärker und das flexible Agieren in digitalen Netzwerkstrukturen avanciert zum zentralen Erfolgsmuster in unserer Wirtschaft. Unternehmen müssen sich den Chancen der Sharing Economy daher jetzt öffnen, um den Anschluß an die neue digitale Ökonomie nicht zu verlieren.

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

Service ex machina

Der automatisierte Services wird von Kunden am ehesten bei Themen favorisiert, die risikofrei, einfach und unpersönlich sind, so beispielsweise die Pfandannahme im Supermarkt oder die Geldausgabe bei der Bank. Durchgängig wird der Service eines Menschen bevorzugt, wenn eine beratende Tätigkeit ins Spiel kommt, z.B. bei der Finanz-, Kauf- oder medizinischen Beratung.

Mit automatisiertem Service können die grundlegenden Bedürfnisse von Kunden befriedigt werden. Begeistern kann ein Unternehmen seine Kunden hingegen eher bei individuellen Leistungen durch seine Mitarbeiter. Unternehmen sollten die Vorteile der Automatisierung nutzen, um einfache Dinge unkompliziert bereitzustellen, an anderer Stelle das Kundenerlebnis aber persönlicher gestalten, so das Fazit einer Studie von YouGov (www.yougov.de).

Trends

Vernetzte Services

In Zukunft wird die intelligente Verbindung der Fähigkeiten ganz unterschiedlicher Kanäle im Service zum Erfolgsfaktor.

Gut geeignet für die Vernetzung im Service sind E-Mail/Internet, Chats/Foren sowie Social Media/Streaming Diensten.

Vernetzte Serviceanwendungen können in der Informationsbereitstellung, der Anwendungsunterstützung sowie in Support-Systemen zum Einsatz kommen.

Herausforderungen einer intelligenten Servicevernetzung bestehen in Proaktiven Lösungen, Echtzeit-Angeboten und Digitaler Kompatibilität.



[Ergebnisse der X \[jks\] Umfrage „Vernetzte Services“](#)

Tendenzen

Interaktion mit Kunden

Die optimale Interaktion mit dem Kunden im Service erfordert daher ein ganzheitliches Kommunikationskonzept über unterschiedlichste Kanäle mit dem Ziel eines offenen und erfolgreichen Dialogs: vom effizienten Service-Center über umfangreiche Internet-Portale bis hin zur Kommunikation über Social Media.

Serviceanbieter können sich dabei die existierenden Web- und Enterprise-2.0-Technologien wie Blogs, Wikis, Foren optimal zunutze machen, um die interne Kommunikation und Kollaboration themen- und lösungsübergreifend zu optimieren. Auch Partner und Lieferanten können zur Einspeisung ihres Contents (Dokumente, Bilder, Videos) mit sicheren Zugangsrechten direkt eingebunden werden.

Jeder einzelne Kanal bietet zudem innovative Methoden und Techniken der Interaktion, mit denen gezielt die Kundengruppen des Unternehmens angesprochen und bedient werden können. Darüber hinaus können auch interessierte Kunden außerhalb des Unternehmens einbezogen werden - z.B. allgemein zur gemeinsamen Suche nach Lösungen oder Weiterentwicklungen mit Hilfe von Crowd Sourcing Communities.

Eine effiziente und intuitive Mensch-Maschine-Schnittstelle ist dafür eine zentrale Voraussetzung. Interaktionsschnittstellen können aber nur dann erfolgreich sein, wenn sie aus der Sicht des Kunden gestaltet werden.

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

Digitale Services!

Den größten Vorteil der Digitalisierung sehen Kunden in der Einfachheit, das heißt, in der Möglichkeit, etwas online in einem durchgängigen, unkomplizierten Prozeß abwickeln zu können. Das im Service zu berücksichtigen, muß Pflicht für jedes Unternehmen sein, das das Gebot der Kundenorientierung ernst nimmt.

Ziel ist das naht- und reibungslose Serviceerlebnis über alle Kanäle hinweg: konsistent, unabhängig von Ort, Zeit, Gerät oder Medium.

Die Studie „[Digitale Services!](#)“ beleuchtet maßgebliche Erfolgsfaktoren:



Tools

Digitaler Dialog

Der digitale Dialog wird nach einer Studie von Dimension Data (www.dimensiondata.com) für eine erfolgreiche Kundenbeziehung immer wichtiger. Während die digitale Kommunikation bei den meisten Contact Centern zunimmt, geht die sprachliche Interaktion zurück.

Bei 86 Prozent der Contact Center nimmt der digitale Dialog (über Web Chat, soziale Medien, SMS, Smartphones und mobile Anwendungen sowie Video) schon merkbar zu. Der telefonische Kontakt geht bei 39 Prozent der Befragten hingegen zurück.

76 Prozent der befragten Contact Center erwarten einen Anstieg der Kundenkontakte, der größtenteils durch die vermehrte Nutzung digitaler Kanäle bedingt sei. Obwohl 75 Prozent der Studien-Teilnehmer die Kundenzufriedenheit als Alleinstellungsmerkmal ansehen, sei diese nun schon im vierten Jahr in Folge rückläufig,

Bei diesen Zahlen sei die Auswirkung des digitalen Trends auf die Kundenzufriedenheit „Besorgniserregend“. Unternehmen, die in der Kundenbindung in diese Kanäle nicht entsprechend investieren, seien dementsprechend gefährdet, Kunden zu verlieren.

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