

# SERVICE TRENDS

# 03/2020



## Editorial

Liebe Leserin/  
lieber Leser

Mit dem Siegeszug mobiler Geräte hat sich auch die Service-Landschaft verändert. Smartphones und Tablet-PC's sind ein idealer Kanal für Kunden und Unternehmen, um miteinander in Kontakt zu treten. Sie besitzen die technischen Voraussetzungen für diverse Services und – noch wichtiger – sie sind immer mit dabei.

Aktuell zeichnet sich daher ein deutlicher Trend in Richtung mobiler Self-Service ab. Oft als Applikationen angeboten, helfen Self-Services Kunden schnell und zielführend Antworten auf Ihre Fragen zu finden.

Mit einer effizienten Service-Applikation lassen sich viele Anliegen der Kunden schneller beheben. Wichtig bleibt allerdings die Einbindung in das gesamte Service-Portfolio, damit Kunden auch bei komplexeren Themen geholfen werden kann, bei denen die App an ihre Grenzen stößt.

Letztlich lassen sich die Vorteile intelligenter Service-Applikationen wie folgt zusammenfassen: Zeit- und ortsunabhängig, personalisiert und sicher, liefern sie Kunden einen beträchtlichen Mehrwert.

Ihr Dirk Zimmermann

## Trends

### Service Applikationen

Gefragt sind effiziente Anwendungen, die viele Anliegen der Kunden einfach und schnell erledigen.

## Tendenzen

### Verbundene Kommunikation

Nur wenn die verschiedenen Anlaufpunkte der Kommunikation in der App verknüpft sind, stellen sich Vorteile für den Kunden ein.

## Tips

### Hoher Kundennutzen

Im Vordergrund der Entwicklung muß in erster Linie die Erfüllung der Anforderungen des Kunden stehen.

## Tools

### Vielfältige Informationen

Es sollten für den Kunden viele, verschiedene Informationen in der Applikation zur Verfügung gestellt werden.

## Inhalt

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

## Thema

### Kundenservice mit Potential

Apps boomen. Banken, Telekommunikations-Anbieter, Versicherungen, Krankenkassen, Pharma-Unternehmen haben Apps und damit das Smartphone bereits als den zentralen Dreh- und Angelpunkt in der Kundenkommunikation entdeckt.

Mehr als aller Zugriffe im Internet erfolgen heute bereits per mobilem Endgerät; Smartphone oder Tablet-PC. Wer im Kundenservice punkten will, kommt nicht umhin mit exzellenten Serviceangeboten zu glänzen.

Zum einem weil Produkte und Services immer mehr miteinander vernetzt sind. Zum anderen weil mobile Angebote einen großen Wettbewerbsfaktor darstellen.

Wer den Zugang zum Kunden per App besitzt, kann sich einen Vorsprung erarbeiten; im Fall Google, Amazon oder Apple eine marktbeherrschende Stellung einnehmen.

#### Micro-Blog

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

## Tips

### Hoher Kundennutzen

Bisher steht oft die Kostenreduktion als Treiber für die Entwicklung von Service-Applikationen im Vordergrund – der Kundennutzen wird vernachlässigt. Die Herausforderung für Unternehmen ist es, beides im Blick zu behalten, um Akzeptanz zu erzielen und Ressourcen effizienter einsetzen zu können.

Dabei gilt es, drei Aspekte zu beachten: Erstens muß die App ein Thema abdecken, das zu den Hauptanliegen der Kunden gehört. Zweitens sollten in der App verschiedene Informationsquellen zur Verfügung stehen, um persönliche Daten zu ergänzen. Und drittens sollte es eine Möglichkeit geben, aus der App heraus mit dem Kundendienst in Kontakt zu treten, ohne daß der Anrufer seine Abfragen rekapitulieren muß.

## Trends

### Service Applikationen

Die Zukunft gehört effizienten Serviceanwendungen, die viele Anliegen der Kunden einfach und schnell erledigen. Zeit- und ortsunabhängig, personalisiert und sicher, liefern sie einen beträchtlichen Mehrwert und sind zudem ein ideales Instrument um die Kundenbeziehung zu stärken.

Die Unternehmen gehen davon aus, daß die Bedeutung mobiler Anwendungen im Service weiter zunimmt und diese zur Verbesserung der Kundeninteraktion, der Vereinfachung der Kundenlösungen und der Anpassung an Kundenszenarien beitragen werden.

Ihrer Einschätzung nach werden mobile Applikationen im Service Kunden durch Informationen, Navigation und Reporting) in Zukunft am besten unterstützen.



Ergebnisse der X [i]ks] Umfrage „Application Services“

## Tendenzen

### Verbundene Kommunikation

Unternehmen haben mittlerweile das Potential von Anwendungen für Smartphone und Tablet-PC für den Kundenservice erkannt: Personalisierte Informationen sind für die Anwender jederzeit schnell und einfach abrufbar – dadurch klären sich viele Fragen von selbst

Oft wird eine App als Insellösung umgesetzt: Der Kunde kann beispielsweise Informationen einsehen, hat jedoch keine Möglichkeit, Fragen zu einem bestimmten Sachverhalt zu stellen. Für weiterführende Informationen muß er die Anwendung verlassen und zu klassischen Kommunikationsformen wie dem Telefon oder E-Mail greifen. So isoliert umgesetzt sind Service-Applikationen eine Sackgasse, die die Zahl der Kundenanfragen zum Teil sogar erhöhen.

Die Lösung ist einfach, fordert aber ein Umdenken auf Seiten der Unternehmen: Der neue Kommunikationskanal muß in einen Multi-Channel-Ansatz integriert werden. Nur wenn die verschiedenen Anlaufpunkte für den Kunden verknüpft sind, stellen sich die Vorteile ein. Technisch ist die Integration verschiedener Kanäle kein Schwierigkeit mehr. Es gibt inzwischen geeignete Schnittstellen, Prototypen oder sogar ganze Code-Abschnitte, die Unternehmen zukaufen können.

### News-Podcast

Das X [iks] veröffentlicht auf seiner Internetseite einen eigenen [Podcast](#). Neue Entwicklungen, aktuelle Trends und interessante Themen bilden den Hintergrund für die regelmäßigen Episoden des Podcasts „ServiceNews“. Hören Sie einfach einmal rein!

## Transfer

### Die Zukunft im Service!

Der Service der Zukunft folgt dem Wandel in den Konsum- und Nutzungsgewohnheiten der Kunden. Er paßt sich dynamisch und flexibel den Bedürfnissen an und stellt dabei den Mensch in den Mittelpunkt. Intelligente Servicelösungen schaffen die Voraussetzungen für eine verbesserte Zeit- und Ergebnisökonomie und sorgen so für ein Mehr an Lebensqualität.

Ziel ist es neue Services auf kunden- und konsumbezogene Trends auszurichten

Die Studie „[Die Zukunft im Service!](#)“ beleuchtet maßgebliche Erfolgsfaktoren:



## Tools

### Vielfältige Informationen

Wenn Unternehmen eine Service-Applikation planen, sollten sie Informationen aus dem bestehenden CRM-System analysieren. Bei der Umsetzung müssen die wichtigsten Anliegen der Kunden fokussiert werden, bei gleichzeitiger Überprüfung, ob mögliche Fragen überhaupt über eine mobile Anwendung beantwortet werden können. Ist das Anwendungsfeld definiert, gilt es, in der App selbst verschiedene Kanäle zu integrieren. Neben den Kundeninformationen sollten Ergänzungen wie FAQs, Videos mit Anleitung oder ein Community-Bereich bereit stehen.

Mit mobilen Service-Applikationen können Kunden sich selbst helfen, ohne in langen Warteschleifen zu hängen. Reichen diese mobilen Angebote nicht aus, ist die direkte Verbindung zum Sachbearbeiter essentiell, etwa per Live-Chat in der Anwendung oder per Anruf-Button. Entscheidend ist, die Informationen aus der App ins Call-Center zu übertragen, um an die mobile Historie anzuknüpfen. Gestalten Unternehmen ihren Kundenservice derart integriert, bieten sich Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung. Weiß die Servicezentrale durch den Anruf aus der App heraus, wer mit welchem Anliegen anruft, kann direkt mit geeigneten Gesprächspartnern verbunden werden.

### 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/](http://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](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.

[office@DieServiceForscher.de](mailto:office@DieServiceForscher.de)