

SERVICE TRENDS

04/2018



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Kunden erwarten heute eine permanente Verfügbarkeit von Services in allen Lebenslagen: Von unterwegs, zuhause, im Büro und in der Freizeit. Der Service muß das Anliegen schnell, einfach und zuverlässig bearbeiten. Und das alles unter Einbeziehung vorhandener Plattformen, Technologien und Geräte.

Das erfordert Serviceinnovationen, mit denen sich Kunden selbst oder untereinander helfen können. Aus Unternehmenssicht müssen diese Angebote vor allem effizient und zuverlässig im Zusammenspiel funktionieren, um positive Kundenerlebnisse zu schaffen und so die Weiterempfehlungsquote und damit Umsatz und Ergebnis zu steigern.

Wenn neue Services in Zukunft professionell entwickelt werden sollen, muß das genauso akribisch und methodisch geschehen, wie das bei Produkten der Fall ist. Dazu gehören Entwurf, Evaluierung, Test und Prototyping von neuen, innovativen Ideen. Dazu müssen - auch mit wissenschaftlicher Unterstützung - Labore eingerichtet werden, in denen Services entwickelt und getestet werden können.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Service Innovationen

Innovationen im Service erfüllen die Anliegen der Kunden durch die Möglichkeiten der Nutzung heutiger Technologien.

Tendenzen

Customer Collaboration

Die Einbeziehung des Kunden in die Entwicklung innovativer Lösungen verbessern den Erfolg neuer Services.

Tips

Design Thinking

Design Thinking ist ein Konzept zur kreativen Lösung von Herausforderungen, die sich in der Bereitstellung von Service ergeben.

Tools

Innovation Labs

In Innovation Labs lassen sich branchenübergreifend und in interdisziplinären Konstellationen neue Services entwickeln.

Inhalt

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

Thema

Geeignete Technologien

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 sind seit mehreren Jahren verfügbar.

Wie die nächste Generation von Services aussieht, ist also nicht nur eine Frage der Technik: Auch durch die konsequente Anwendung von Service Entwicklungs Techniken und in der intelligenten "Choreographie" vorhandener Möglichkeiten eröffnet sich ein riesiges Spielfeld.

Darüber hinaus werden Veränderungen in der Gesellschaft und eine sich weiterentwickelnde Praxis der SET mitbestimmen, welche Services unser Leben künftig verändern und bestenfalls bereichern

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

Design Thinking

Für viele unternehmerische Herausforderungen lassen sich tragfähige Lösungen finden, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen dafür zusammenarbeiten. Das Design Thinking (DT) fördert genau diese Art von Gruppenarbeit. Das Verfahren orientiert sich an der Arbeit von Designern und stellt eine Kombination aus Verstehen, Beobachtung, Ideenfindung, Verfeinerung, Ausführung und, im Kern, Lernen da.

Dies spiegelt sich direkt im Ablauf wider: Die Methode besteht aus sechs klar definierten Prozeßschritten. Deren Abfolge ist jedoch nicht streng linear, im Gegenteil. Ein wesentlicher Aspekt von DT ist das iterative Vorgehen, d.h. man kann und soll jederzeit ein oder mehrere Schritte vor und zurück gehen, bis das Ergebnis "rund ist".

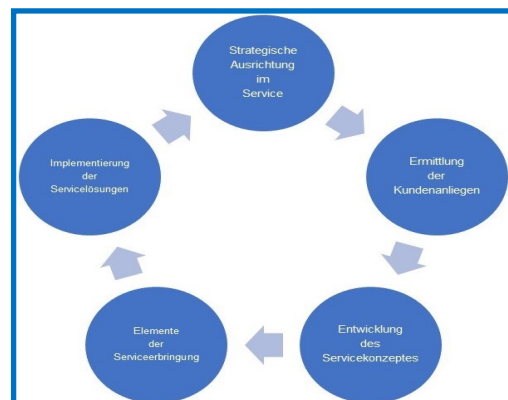
Trends

Service Innovationen

Serviceinnovationen haben das Potential, unseren Alltag und unser Verhalten stärker zu verändern als rein technische Innovationen. Zudem macht ihr in vielen Fällen disruptiver Charakter diese Art der Innovation besonders interessant.

Zudem wird bei Serviceinnovationen das perfektioniert, was jedem guten Interaktionsdesign innewohnt: Feedback an den Nutzer bzw. Kunden. Der letzte Aspekt, der besonders wichtig ist, ist die Personalisierung.

Es liegt auf der Hand, daß Dienstleistungen von jeher auf den Kunden ausgerichtet waren. Doch erst heutige Technologien machen es möglich, Themen oder Inhalte automatisiert zu personalisieren.



[Ergebnisse der X \[iks\] Studie „Schöne, neue Servicewelt“](#)

Tendenzen

Customer Collaboration

Für die Entwicklung innovativer Lösungen ist die Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Disziplinen essentiell. Kollaboration, also die Arbeit in einem interdisziplinär besetzten Projektteam mit einer klaren Zielsetzung, birgt hierbei große Potentiale. Auf diese Art und Weise lassen sich Fragestellungen aus unterschiedlichen beispielsweise technischen, kreativen oder strategischen Perspektiven betrachten und bearbeiten. Erfolgsentscheidend dabei ist, die richtigen Partner am Tisch zu haben.

Für die kollaborative Projektarbeit sollte man sich also jeweils die richtigen Menschen mit den relevanten Erfahrungen und Insights suchen. Essentiell ist, sich dabei nicht nur auf das eigene Unternehmen zu beschränken, sondern, wo sinnvoll, auch externe Experten, Startups oder gar Wettbewerber einzubinden. Zudem sollte der Prozess professionell moderiert werden.

Je nach Aufgabenstellung kann es zielführend sein, auch Endkunden in das Projekt zu involvieren. Vor allem, wenn es um die Entwicklung von Innovationen geht, ist es hilfreich, die späteren Nutzer so früh wie möglich in den Prozeß einzubinden. So versteht und nutzt man deren reelle Bedürfnisse und kann diese direkt in die Entwicklung von Produkten und Services einfließen lassen.

News-Gruppe

Das X [iks] hat auf [WhatsApp](#) ein eigenes Profil eingerichtet. Neue Entwicklungen, aktuelle Trends und interessante Themen bilden den Hintergrund für die regelmäßigen „Service News“ des Instituts. Treten Sie der News-Gruppe einfach bei.

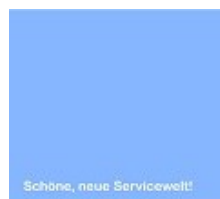
Transfer

Schöne, neue Servicewelt!

Kunden erwarten heute eine permanente Verfügbarkeit von Services in allen Lebenslagen: Von unterwegs, zuhause, im Büro und in der Freizeit. Der Service muß das Anliegen schnell, einfach und zuverlässig bearbeiten. Und das alles unter Einbeziehung vorhandener Plattformen, Technologien und Geräte.

Es sind Lösungen gefragt, die in relevanten Kundenszenarien persönlichen Service und technische Möglichkeiten in perfekter Art und Weise miteinander verknüpfen.

Die Studie „[Schöne, neue Servicewelt!](#)“ betrachtet maßgebliche Innovationen:



Tools

Innovation Labs

Innovations- und Kreativlabs sind physische oder virtuelle Räume, in denen der Austausch von Wissen, Ideen und Informationen im Mittelpunkt steht. Es handelt sich um Experimentierorte, die sowohl langfristig als auch zeitlich befristet genutzt werden können.

Kreative und innovative Prozesse werden in Labs durch die Bereitstellung entsprechender Infrastrukturen, Services und Methoden der (gemeinschaftlichen) Wissensgenerierung unterstützt. Sie zeichnen sich in der Regel durch einen Cross-Innovation-Ansatz aus. Das bedeutet, daß in Labs branchenübergreifend und in interdisziplinären Konstellationen, gearbeitet wird.

Ebenfalls schließt der Cross-Innovation-Ansatz die Beteiligung von Kreativschaffenden bzw. Unternehmern, Freelancern oder Freischaffenden aus der Kreativwirtschaft an gemeinschaftlichem Arbeiten in Labs ein. Hinsichtlich ihrer organisatorischen Strukturen und ihrer Ausrichtung lassen sich folgende verschiedene Lab-Typen identifizieren: Grassroots Labs, Coworking Labs, unternehmenseigene Labs, forschungs- und hochschulnahe Labs.

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