

SERVICE TRENDS

02/2017



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Neue Services orientieren sich längst an den Lebens- und Alltagssituationen der Kunden.

Unter Einbeziehung bevorzugter Plattformen und Technologien unterstützen sie die Kundenanliegen zuverlässig und sicher.

Passende Lösungen im Service stellen sich auf Anwendungsbedürfnisse und Nutzungspräferenzen sowie der persönlichen Affinität der Kunden zu Kanälen und Medien ein.

Maßgeblich für das Angebot verschiedener Plattformen im Service, ist die genaue Identifizierung der Anliegen und der Vorteile, die die Nutzung mit sich bringt – sowohl für die Kunden, als auch für die Unternehmen.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Chatbots im Service

Sprechenden Roboter haben die Möglichkeit in vielen Bereichen im Service zum Einsatz zu kommen

Tendenzen

App Services

Die Nutzung von mobilen Applikationen im Service wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.

Tips

Web Services

In der Verbindung von Internet und Endgeräten steckt ein neues Potential funktionaler Dienste.

Tools

Video Services

Durch interaktive Videos lassen sich bereits heute Kundenanforderungen im Service erfüllen.

Inhalt

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

Thema

Service Szenarien

Die Serviceanforderungen der Kunden in den letzten Jahren haben sich stark verändert haben. Dem Wandel der Zeit unterworfen sind auch die Kriterien für einen guten Service. Eine schnelle Reaktionszeit ist sehr wichtig, während individueller Service immer mehr an Priorität gewinnt. Daneben spielt die Konsistenz des Service über mehrere Kommunikationskanäle hinweg eine wichtige Rolle, gefolgt von der Verfügbarkeit unterschiedlicher Kontaktmöglichkeiten für die Kunden.

Zudem sind es vor allem kundenzentrierte Schwerpunkte, die sich in Zukunft als wichtig herauskristalisieren, nämlich die aktive Partizipation von Kunde und das konsequente Schaffen positiver Kundenerfahrungen.

Schließlich muß die Zusammenarbeit innerhalb und außerhalb des Unternehmens und damit auch jene mit Kunden völlig neu definiert werden. Daß Kunden nur beschränkten Einfluß, also beispielsweise auf die Service-Entwicklung, haben, wird bald der Vergangenheit angehören.

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

Web Services

Bei Web-Services handelt es sich um funktionale Dienste, die über Internetprotokolle und die Internet-Infrastruktur übertragen werden können. In den meisten Fällen sind Web Services Software-Komponenten, die mittels Applikationsserver im Internet „nutzbar“ gemacht werden. Um Daten miteinander auszutauschen, werden XML-basierte Standards verwendet. Etwaige Transaktionen können ohne menschliches Zutun zwischen Web-Services abgewickelt werden.

Web-Services haben mittlerweile auch die Hardware-, Lösungs- und Anwendungsebene durchdrungen. Im Bereich der Anbindung mobiler Geräte und dedizierter Hardware (embedded devices) erleichtern Web Services die Integration in Anwendungen signifikant.

Trends

Chatbots im Service

Der Einsatz von Chatbots im Service verspricht dann Erfolg, wenn es gelingt, künstliche Intelligenz noch mehr zu emotionalisieren und gleichzeitig datengestützt eine lernende Kundenbeziehung aufzubauen.

Die Unternehmen gehen davon aus, daß die Bedeutung von Chatbots im Service weiter zunehmen wird. Dabei werden die „sprechenden Roboter“ wahrscheinlich in den Bereichen Reisen/Urlaub, Fitness/Gesundheit sowie Verkehr/Mobilität zum Einsatz kommen.

Als größte Herausforderungen bei der Nutzung von Chatbots im Service werden die Aspekte Emotionale Intelligenz, Komplexe Antworten und Autonomer Dialog gesehen.



[Ergebnisse der X \[iks\] Umfrage „Chatbots im Service“](#)

Tendenzen

App Services

Unternehmen entdecken zunehmend mobile Applikationen sogenannte „Apps“ und damit das Smartphone als den zentralen Dreh- und Angelpunkt in der Kundenkommunikation. Mehr als 50% aller Zugriffe im Internet erfolgen heute bereits per mobilem Endgerät; Smartphone oder Tablet-PC. Wer im Service punkten will, kommt nicht umhin mit exzellenten Angeboten zu glänzen.

Eine App mit vielen, nützlichen Funktionen alleine ist jedoch nicht ausreichend. Einfache und bequeme Nutzung einer App bedeutet, daß wesentliche Funktionen des Service in der App integriert sein müssen. Wenn ein Kunde eine Frage zu seiner Rechnung hat, die er sich gerade in der App angeschaut hat, dann möchte er direkt aus der App heraus den Kontakt aufnehmen, ein E-Mail versenden oder chatten

Es geht dabei um weit mehr als die Integration von Anruf, Chat oder E-Mail. Wenn die App eines Unternehmens zum Dreh- und Angelpunkt der Kundenkommunikation werden soll, dann gilt es alle Kundenbedürfnisse zu eruieren, die ein Kunde im Zusammenhang mit einer App haben kann.

So lohnt es sich bei der Entwicklung der App aus der Sicht der Kunden alle Geschäftsvorfälle, Fragen, zu identifizieren, die im Zusammenhang mit der Anwendung auftreten. Wo benötigt ein Kunde Hilfe? Was wünscht er sich? Wie kann der Service für den Kunden so einfach wie möglich 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. 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

Video Services

Videos bieten Unternehmen eine echte Gelegenheit, einen zunehmend beliebten Kanal zu nutzen und gleichzeitig ihre Abläufe zu optimieren, die Kundenanforderungen zu erfüllen und die Kundenerfahrung zu verbessern.

Immer mehr Unternehmen erkennen diese Chance und nutzen verstärkt interaktive und personalisierte Videos in den verschiedensten Bereichen als Online-Medium zur Verbesserung der Kundeninteraktion.

Interaktive Videos heben die Beschränkung der Linearität eines Videos auf, d.h. der Benutzer kann frei wählen, welchen Inhalt er sehen möchte. Personalisierung spricht den Kunden direkt an und fördert somit den Dialog.

Mithilfe von interaktiven und personalisierten Videos und den vorhandenen Kundendaten können Unternehmen ihren Kunden „Selbstbedienungslösungen“ bereitstellen. Dies ermöglicht neben vielen weiteren Vorteilen eine Senkung der Kundenservicekosten und eine Steigerung der Kundenzufriedenheit.

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