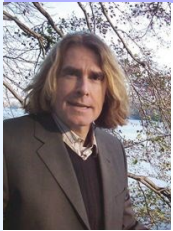


SERVICE TRENDS

03/2017



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Die Wechselwirkungen zwischen Service- und Technologieentwicklung intensivieren sich: Neue Technologien – insbesondere aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik – ermöglichen neue Arten von Services und neue Mechanismen ihrer Entwicklung und Erbringung.

Unternehmen sind gut beraten, den Einsatz neuer Technologien im Hinblick auf die eigene Strategie und die Erfüllung der Erwartungen der Kunden im Service genau zu prüfen.

Neue Technologien können „echte Mehrwerte“ im Service liefern, haben aber zur Voraussetzung das Zugang, Funktion und Anwendung für Kunden transparent und nachvollziehbar sind sowie das Ergebnis der Nutzung positiv ausfällt.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Internet der Dinge

Durch die Steuerung realer Gegenstände über das Internet entstehen neue Möglichkeiten im Service.

Tendenzen

Beacon Technologie

Mit dem Einsatz von kleinen Sendern lassen sich verschiedene Informationsangebote im Service einrichten.

Tips

Wearable Devices

Die Nutzung tragbarer Geräte schaffen die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Services.

Tools

Recommender Systems

Das Wissen über den Kunden bildet die Voraussetzung für eine personalisierte Ausrichtung des Service.

Inhalt

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

Thema

Technologien im Service

Der Einsatz neuer Technologien steht im Service heute verstärkt im Dienst des Kundennutzens und der Anwendungsziele. Es sind Lösungen gefragt, die in relevanten Kundenszenarien persönlichen Service und technische Möglichkeiten in perfekter Art und Weise miteinander zu verknüpfen.

Die Wechselwirkungen zwischen Service- und Technologieentwicklung intensivieren sich: Neue Technologien – insbesondere aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik – ermöglichen neue Arten von Services und neue Mechanismen ihrer Entwicklung und Erbringung.

Zugleich befördern innovative Servicekonzepte die Entwicklung neuer technischer Lösungen. Schließlich erfordern innovative Technologien neue Dienstleistungen, um überhaupt nutzbar zu werden. Es kommt zu einer engeren Verzahnung von Produktion und Dienstleistungen: Immer häufiger werden materielle Produkte und Dienstleistungen zu „Komplettangeboten“ gebündelt.

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

Wearable Devices

Wearable Devices stehen kurz davor, sich in der deutschen Bevölkerung durchzusetzen. Sie werden großen Einfluß auf die Arbeitswelt und die Gesellschaft haben,

Dabei werden die Geräte nicht nur für den privaten Nutzer in Lebensbereichen wie Gesundheitsvorsorge, Einkauf oder Freizeit eine wichtige Rolle spielen, sondern auch im Beruf: „Wearables machen das Arbeiten effektiver und sicherer“.

Dank Datenbrille wird freihändiges Arbeiten zur Selbstverständlichkeit. Davon profitieren Such- und Rettungsteams genauso wie Lagerarbeiter oder Konstrukteure. Vernetzte Funktionskleidung verspricht besseren Schutz für Berufsgruppen wie Feuerwehrleute.

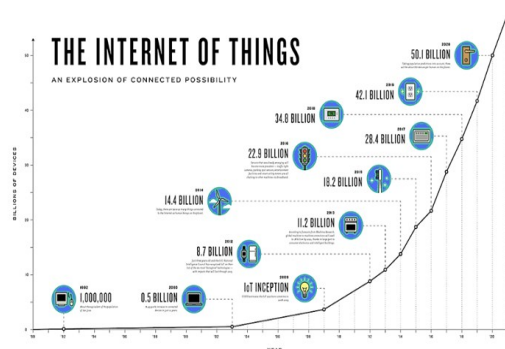
Trends

Internet der Dinge

Das Internet der Dinge stellt die Vision dar, in der das Internet in die reale Welt ausgebreitet wird und reale Objekte ein Teil des Internets werden.

Richtige Gegenstände werden mit der virtuellen Welt verbunden, sodaß sie sich aus der Ferne steuern lassen und agieren als physische Zugriffspunkte auf Internetdienste. Dadurch werden neue Möglichkeiten ermöglicht. Objekte, welche mit dem Internet verbunden sind, werden smart genannt.

Diese Objekte erhalten dann über Drahtlos-technologien Zugriff auf Netzwerke und können aus dem Internet adressiert werden. Sie sind eindeutig identifizierbar und können Informationen über die Umgebung sammeln und diese beeinflussen



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

Tendenzen

Beacon Technologie

Beacons ("Leuchfeuer") sind kleine Sender, die auf dem Standard Bluetooth Low Energy (BLE) basieren, das ist die energiesparende Version 4.0 von Bluetooth. Bluetooth wiederum ist ein Funkstandard, den es schon seit Jahren gibt. Über den können sich zum Beispiel Mobiltelefone mit einer Freisprechanlage im Auto oder mit einem drahtlosen Kopfhörer verbinden.

Als Beacon können Smartphones agieren, in der Regel werden es allerdings Minisender sein, die einfach irgendwo aufgestellt werden und dann ihre Signale bis zu 30 Meter hinausenden. Sie werden meist mit Knopfzellen betrieben und können damit Monate oder sogar Jahre ihren Dienst tun. Damit ein Smartphone mit dem Signal eines Beacons etwas anfangen kann, muß darauf ein dafür geeignetes Programm installiert sein und im Hintergrund laufen.

Denn die Beacons funktionieren tatsächlich bloß wie ein virtuelles Leuchfeuer. Sie senden drei Identifikationsnummern aus, die beschreiben, wo das Gerät steht. Die erste könnte beispielsweise für ein Einzelhandelsgeschäft stehen, die zweite für eine bestimmte Filiale, die dritte für eine bestimmte Stelle innerhalb dieser Filiale. Ohne die App, die weiß, was die Ziffern bedeuten, funktioniert das System nicht. Die kleinen Sender arbeiten nur in einer Richtung, Daten empfangen können sie nicht.

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

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

Recommender Systems

Durch Recommender-Systeme können Anbieter nach Auswertung des Kundenverhaltens von segmentierten Zielgruppen und Einzelnutzern sinnvolle und zeitsparende Kaufempfehlungen aussprechen – im günstigsten Fall sogar für Produkte und Dienstleistungen, von deren Existenz der Kunde bis zum Besuch auf der Internetseite gar nichts geahnt hat.

Durch zielgerichtete Auswertung der Kennzahlen z.B. der Internetseite, steht Unternehmen das Rüstzeug zur Verfügung, Verhaltensmuster zu erkennen und ihre Website entsprechend zu optimieren.

Im Zusammenspiel mit der Kaufempfehlungs-Lösung werden Kunden so automatisiert passende Produkte vorgeschlagen. Durch den Einsatz von Cookies kann der Kunde bei einer Rückkehr wiedererkannt werden.

Neben Produkt- und Dienstleistungsempfehlungen sind auch die Einrichtung personalisierte Startseiten für alle wiederkehrenden Kunden möglich, um nur für diese Kunden passende Informationen anzuzeigen.

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