

**Pressemitteilung:**

Berlin im Dezember 2020

**Service beim Einkaufen – Praxis-Beispiele zur Gestaltung eines persönlichen Kundennutzens!**

Service ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Handel und zentrale Stellschraube, wenn es darum geht, die Kundenzufriedenheit und -bindung zu steigern.

Allerdings ist Service nicht gleich Service: Mit unterschiedlichen Angeboten fokussieren Händler verschiedene Konsumentenbedürfnisse. Während convenienceorientierte Services wie WLAN im Geschäft oder mobile Zahlungsverfahren primär darauf abzielen, den Einkauf für Konsumenten möglichst einfach und bequem zu gestalten, fokussieren andere Services verstärkt die Schaffung eines Einkaufserlebnisses.

Services, die den Erlebnisaspekt in den Vordergrund stellen, zeichnen sich insbesondere durch Individualisierung und Interaktion bei der Einkaufserfahrung aus. Konkret kann dies durch das Angebot eines begleitenden Shoppings durch einen Berater, online und im Geschäft, oder durch die Integration des Shoppings in Social-Media-Kanäle umgesetzt werden.

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign stellt immer wieder „Neue Services“ vor und bewertet diese gleichzeitig auf die wichtigsten Kundenvorteile hin.

Die aktuelle Auswahl „SERVICES CASES Volume 25“ kann kostenfrei unter <http://www.dieserviceforscher.de/produkte/beispiele/> heruntergeladen werden.

Weitere interessante Sammlungen von „Service-Beispielen“ sind dort ebenfalls zu finden.

## Unternehmensinformationen

Das X [iks] ist ein Forschungs- und Beratungsunternehmen für die Entwicklung von zukunftsfähigem Service und der Gestaltung kundengerechter Kommunikation.

Wichtige Zielorientierungen unserer Forschungstätigkeit und unserer Bemühungen um eine langfristig zukunftsorientierte Gestaltung von Service bilden die Leitperspektiven einer ökonomischen Nachhaltigkeit und die Verbesserung der Beziehung zwischen den Marktpartnern.

Vor diesem Hintergrund versuchen wir die Chancen der Serviceentwicklung und Kommunikationsgestaltung im Hinblick auf den notwendigen Strukturwandel aufzuzeigen und langfristig zukunftsfähige Handlungskonzepte zu erarbeiten.

Die Ergebnisse unserer Forschungen veröffentlichen wir in Form von Büchern, Ratgebern, Studien, Fachartikeln und Newsletter.

Unser Leistungsangebot umfaßt Marktstudien und Kundenumfragen, Praxisanalysen und Themenrecherchen, Strategieberatung und Konzeptbewertungen sowie Vorträge und Seminare.

## Pressekontakt

X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign

### **Presseabteilung**

Wilhelm-Kuhr-Straße 87b  
13187 Berlin

Fon: 0 30 / 417 19 296

Fax: 0 30 / 417 19 297

E-Mail: [presse@DieServiceForscher.de](mailto:presse@DieServiceForscher.de)

Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

## Aufmacher

Dem Serviceangebot kommt im Handel eine immer größere Bedeutung zu, wenn es darum geht, Kundenerwartungen gerecht zu werden oder sogar zu übertreffen.

## Keywords

Service, Kunde, Angebote, Bedeutung, Handel

## Bildunterschrift

SERVICE CASES Volume 25