

# SERVICE TRENDS

# 04/2017



## Editorial

Liebe Leserin/  
lieber Leser

Kunden nutzen gerne neue, technische Möglichkeiten im Service, um entweder interaktiv mit dem Unternehmen oder iterativ für sich selbst Lösungen für ihre Anliegen im Alltag zu finden.

Beim Einsatz innovativer Technologien im Service muß der Kunde im Zentrum stehen. Ausgerichtet auf die Erfüllung seiner maßgeblichen Anliegen, sind es insbesondere die Funktionen, die die (Aus)Wahl technischer Möglichkeiten bestimmen.

In der Bereitstellung von Methoden, Anwendungen und Lösungen wird sich ausdrücken, wie gut Unternehmen ihre Kunden kennen, und ob diese (Er)kenntnisse in nutzengerechte Angebote umgesetzt werden.

Noch wichtiger wird es aber sein, neue Techniken so in den Service zu integrieren, daß der Kunde sich jederzeit mit dem entsprechenden Angebot, persönlich gut aufgehoben fühlt.

**Ihr Dirk Zimmermann**

## Trends

### Asynchrone Kommunikation

Das Interesse an zeitlich versetzter Kommunikation nimmt bei Kunden weiter zu. Das bietet neue Chancen im Kundenkontakt.

## Tendenzen

### Multiple Beratung

Der Kunde möchte heute über verschiedene Kanäle beraten werden. Das wirkt sich auch auf die Anforderungen im Service aus.

## Tips

### Systematische Navigation

Im Service ist eine schnelle und einfache Orientierung für den Kunden gefragt. Das erzeugt Aufgaben in der Kommunikation.

## Tools

### Flexibler Support

Die Unterstützung des Kunden im Service profitiert von der digitalen Transformation. Das drückt sich auch bei den Lösungen aus.

## Inhalt

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

## Thema

### Anwendungen im Service

Während Unternehmen immer noch glauben, ihren Service mit Self-Service-Apps und Social-Media-Tools zu revolutionieren, steht schon ein weiterer Umbruch bevor: Die künstliche Intelligenz. Vor allem mittelständische Unternehmen, die ihre digitale Transformation nicht vollständig und konsequent vollzogen haben, werden von dieser neuen Entwicklung überrollt.

Dennoch sollte der Service sich nicht vor der künstlichen Intelligenz fürchten, denn diese kann wahre Wunder bewirken. Obwohl zu erwarten ist, daß durch kluge Maschinen und Roboter Arbeitsplätze auch im Service wegfallen, werden nicht alle Berater über Nacht arbeitslos. Denn Computern fehlt es immer noch an emotionaler Intelligenz und gerade im Kundenkontakt ist Empathie entscheidend. Dafür fehlt es Menschen an schneller Rechenleistung. So ist es am wahrscheinlichsten, daß Computer und Menschen sich nicht ersetzen, sondern zusammenarbeiten. Denn nur so ist der digitale Kundenservice am effektivsten organisiert.

#### 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

### Systematische Navigation

Moderne Kunden legen Wert auf eine rasche und kompetente Erfüllung ihrer Anliegen im Service – egal welchen Kanal oder welches Medium sie nutzen, ob sie es selbst machen oder es Mitarbeiter des Unternehmens übernehmen.

Schon scheinbar nichtige Ursachen führen dazu, daß Kunden nicht mehr wiederkommen. Eine systematische Navigation im Service ist aus diesem Grund zur Erhaltung guter Kundenbeziehungen für erfolgreiche Unternehmen unverzichtbar.

Im Service sind die Unternehmen im Vorteil, die ihrer Kunden bequem und sicher durch Angebote, Leistungen und Prozesse leiten. Dadurch fühlen sich Kunden persönlicher betreut und Kundenbedürfnisse können sofort erkannt und direkt berücksichtigt werden.

## Trends

### Asynchrone Kommunikation

Die zeitlich versetzte Kommunikation kann von Unternehmen zukünftig nicht nur dazu genutzt werden, die Qualität der Ergebnisse, sondern auch das Management der Zeit und die Einbindung von Ressourcen zu verbessern.

Die Teilnehmer der Umfrage gehen davon aus, daß die Bedeutung der asynchronen Kommunikation im Kundenkontakt weiter zunehmen wird. Gut dafür geeignet sind Ihrer Meinung nach Social Media, E-Mail sowie Newsgroups, aber auch Newsletter.

Die zeitversetzte Kommunikation mit dem Kunden könnte insbesondere in der Serviceunterstützung, dem Beschwerdemanagement sowie der Bestellungsabwicklung zum Einsatz kommen.



[Ergebnisse der X \[iks\] Umfrage „Asynchrone Kommunikation“](#)

## Tendenzen

### Multiple Beratung

Während früher der Kunde im Service vor allem telefonisch beraten wurde, werden immer mehr schriftliche Wege per E-Mail, App oder Chat eingeschlagen. Das Anrufvolumen reduziert sich daher dramatisch. Das frühere Kerngeschäft des Kundenservice wird immer mehr zu einem Nischenphänomen.

Doch warum nimmt die sprachliche Interaktion ab? Das liegt vor allem an den hohen Erwartungen der Kunden. Sie fordern einen schnellen Service ohne lästige Warteschleifen am Telefon, für die sogar manchmal extra gezahlt werden muß. Mit einer Antwort als E-Mail geben sich viele Kunden ebenfalls nicht mehr zufrieden. Sie erwarten vielmehr einen Service in Echtzeit. Dabei ist auch die Kundenbetreuung von überall und von allen Geräten aus ein Muß für den digitalen Kundendienst.

Das klassische Betätigungsfeld im Kundenservice wird außerdem durch Social Media-Kanäle deutlich verändert. Es bilden sich immer häufiger Service-Communities, in denen sich das Wissen von mehreren vereint. Das Know-how-Sharing und das Prinzip Kunden helfen-Kunden setzen sich immer weiter durch, weil die meisten Kunden diesen Community-Umgang gewohnt sind. So werden auch immer häufiger Markenbotschafter eingesetzt. Diese beraten andere Kunden online, geben beispielsweise Tipps zur Nutzung eines Produkts oder gar Anregungen für den Einkauf.

### 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

### 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

### Flexibler Support

Immer mehr neue Lösungen setzen sich im Kunden-Support durch. Die digitale Transformation schreitet mit innovativen Technologien, wie dem Video-Live-Chat und Social Media-Support, auch im Service voran.

Digitale Formen des Supports bieten einen sofortigen Zugang zu Lösungen. Video-Live-Chats bringen in Echtzeit Antworten auf komplexe Fragen. Der Kunde hat durch das Smartphone und andere Mobile Devices zu jeder Zeit und überall einen kompetenten Berater. Grundlage für die positive Entwicklung des elektronischen Supports sind integrierte Technologien, wie Video-Chats, Social Media-Supports und vernetzte Communities.

Bei einem erfolgreichen Support erwarten Kunden, neben der schnellen Bearbeitung, auch Mobilität und Flexibilität. Zudem können Kundenberater in elektronischen Datenbanken zu jedem einzelnen Nutzer historische Informationen abrufen und den Support persönlicher gestalten. Dadurch fühlt sich der Kunde besser verstanden und gut beraten.

### 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)