

SERVICE TRENDS

04/2019



Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Die durchdringende Digitalisierung führt dazu, daß Menschen über das Internet und ihre mobilen Geräte nahezu dauerhaft vernetzt sind – untereinander sowie mit Unternehmen.

Im globalen Wettbewerb kommt der Vernetzung mit dem Kunden eine hohe Bedeutung zu. Zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren zählen dabei vor allem die Qualität der Inhalte sowie deren Aussteuerung über den richtigen Kanal zur richtigen Zeit.

Mithilfe der verfügbaren Technologien, sowohl auf Unternehmens- als auch Kundenseite, ist es heute möglich, den Kunden durchgängig zu begleiten, vom ersten Kontakt über die Kaufentscheidung bis hin zur nachhaltigen Kundenbeziehung, sowohl off- als auch online.

Um die kanalübergreifende Begleitung des Kunden für eine erfolgreiche Umsetzung zu definieren, ist die Analyse des Kundenverhaltens erforderlich.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Vernetzte Services

Die Vernetzung mit dem Kunden gewinnt für Unternehmen auch im Service zunehmend an Bedeutung.

Tendenzen

Aktive Kundenbeteiligung

Unternehmen verfolgen verstärkt das Ziel, Kunden besser zu verstehen und an Entscheidungen zu beteiligen.

Tips

Geeignete Systeme

Der Service muß mit passenden Systemen ausgestattet sein, um die Anliegen der Kunden erfüllen zu können.

Tools

Moderne Technologien

Die Integration moderner Technologien ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Servicevernetzung.

Inhalt

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

Thema

Analyse des Verhaltens

Um den Service genau auf Bedürfnisse und Anliegen auszurichten, ist die Analyse des Kundenverhaltens erforderlich

Dafür existiert eine Vielzahl an Softwarelösungen, Datenbanken, Analyse- und Automatisierungstools sowie Schnittstellen zwischen allen relevanten Systemen.

Anhand der vorhandenen Daten läßt sich bestimmen, welche Aktionen zu Interesse und Entscheidungen führen, und welche weniger erfolgversprechend sind.

Über die Analyse und Auswertung des Kundenverhaltens in Echtzeit lassen sich automatisierte Kampagnen entlang der gesamten Kontaktkette mit hohen Erfolgsquoten entwickeln.

Das bietet Unternehmen aller Größen unzählige Chancen, ihre Kunden zu überzeugen: durch relevante Inhalte, die auf die individuelle Lebenssituation oder bestimmte Ereignisse zugeschnitten sind.

Micro-Blog

Wen Sie wissen wollen, womit wir uns der Service- und Kommunikationsentwicklung gerade beschäftigen, schauen Sie doch einmal auf [Facebook](#), [Twitter](#) oder [Pinterest](#) vorbei.

Tips

Geeignete Systeme

Die Verfügbarkeit von vernetzten Geräten, Maschinen und Anlagen erlaubt es Anbietern aktive, vorausschauende Wartung und Support anzubieten. Geeignete Systemlösungen ermöglichen entsprechende Einblicke in den aktuellen Status der Geräte und über die Analytik der gerätegenerierten Daten kann der Service zielgerichtet disponiert werden.

Dazu muß der Service mit den richtigen Werkzeugen ausgestattet sein – sprich mit modernen, auf neuester Technologie basierenden Systemen. Z.B. durch den Einsatz von mobilen, cloudbasierten, IoT-fähigen Lösungen, über die Mitarbeiter umfassend vernetzt sind und sämtliche benötigten Echtzeit-Informationen – unabhängig von Ort, Zeit und Netzzugang (auch im Offline-Modus) – zur Verfügung haben.

Trends

Vernetzte Services

Der Aufbau der Vernetzung im Service ist unerlässlich. Denn der Kunde wird zunehmend anspruchsvoller. Er erwartet einen modernen Service, der ihm in Echtzeit überall und auf allen Geräten sowie über wechselnde Kanäle hinweg mit personalisierten Diensten zur Verfügung steht.

Heute genügt es nicht mehr, die vorhandenen traditionellen Kanäle Telefon, Telefax und E-Mail lediglich um digitale Einzelkomponenten zu ergänzen. Vielmehr sind digital gesteuerte Serviceprozesse grundlegend neu zu denken.

Durch die Nachfrage der Kunden nach Service über verschiedene, wechselnde Kanäle wird eine Bündelung und Abstimmung der Angebote zwingend erforderlich.



[Ergebnisse der X \[jks\] Umfrage „Vernetzte Services“](#)

Tendenzen

Aktive Kundenbeteiligung

Die Vernetzung mit dem Kunden ist im Wandel. Das zeigt sich daran, daß Unternehmen sich dem Kunden stärker öffnen. Es zeichnet sich der Trend ab, Kunden nicht nur zu binden, sondern sie auch zu verstehen und an Entscheidungen zu beteiligen.

Mittlerweile ist ein Bewußtsein für die Wichtigkeit von Kundenvernetzung entstanden. Das drückt sich auch in der Frage nach dem wichtigsten Faktor für strategische Entscheidungen in deutschen Unternehmen aus: Wer wirklich jedem Kunden gerecht werden will, trifft auf Hürden. Die Menge der Daten wächst, die bei jedem Kontakt mit Kunden schnell greifbar sein müssen.

Allerdings ist die Kundenvernetzung in deutschen Unternehmen für diese Herausforderung nicht angemessen gerüstet! Viele assoziieren mit Kundenvernetzung Telefon, E-Mail und Briefverkehr und nutzen diese Kanäle auch zur Kundenvernetzung. Die meisten Unternehmen sind durch diese klassischen Kanäle vernetzt.

Die meisten Unternehmen wissen, daß sie sich besser vernetzen müssen. Dazu werden weitreichende Umstrukturierungen in den kommenden Jahren angestrebt. Zudem arbeiten Unternehmen an Lösungen, um die eigenen Mitarbeiter besser zu vernetzen bzw. an einer Optimierung ihrer Kundendaten.

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 empfangenorientiert 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

Moderne Technologien

Die Integration moderner Technologien ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Service-transformation. Intelligent vernetzter Service trägt wesentlich dazu bei, eine konsequente, ergebnisorientierte Vermarktungsstrategie zu verfolgen. Und das wiederum ist entscheidend, um eine intensive Beziehung zwischen Kunden und Unternehmen aufzubauen und zu festigen.

Durch intelligent vernetzten Service eröffnen sich neue Möglichkeiten für den Anbieter aktiv ein Kunden-Partnerschaftsmodell zu verfolgen mit dem Ziel, echten Mehrwert für den Kunden zu liefern. Und dabei erhalten die Dienst- und Zusatzleistungen, die über das Produkt angeboten werden, aufgrund des größeren Wertschöpfungspotentials eine signifikant höhere Bedeutung als das eigentliche Produkt selbst.

Durch kontinuierliche Vernetzung zwischen Anbieter und Kunden entstehen neue Möglichkeiten in der Kommunikation. Vorausschauende Wartung, Frühwarnsysteme und kompetente Beratung durch die Analyse der gerätegenerierten Daten sind vertrauensbildend und fördern die Kundenbindung. Der Anbieter wird so zum aktiven Leistungspartner.

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