

# SERVICE TRENDS

# 02/2020



## Editorial

Liebe Leserin/  
lieber Leser

Zu den vielversprechendsten Kontaktmöglichkeiten im Service zählt heute der Live Chat. Diese ist sowohl als Website Chat Service über die Homepage möglich, kann aber auch mit WhatsApp oder dem Facebook Messenger kombiniert werden.

Wichtig ist es hierbei jedoch, diesen Kommunikationskanal richtig für den Kundendienst zu nutzen und Kunden einen schnellen Service anzubieten. Ähnlich wie bei privaten Nachrichten erwarten Nutzer auch bei der Kontaktaufnahme über Messenger, daß ihre Nachricht schnell und unkompliziert bearbeitet wird.

Es werden zwar alle Anfragen, die über die Live Chat Software gestellt werden, rund um die Uhr gesammelt, allerdings sollte bei der Bereitstellung von Live Chat darauf geachtet werden, die Servicezeiten auch entsprechend anzupassen. Soll der Live Chat auch außerhalb der Servicezeiten des Kundendienstes angeboten werden, kann ein Chatbot zwischengeschaltet werden, um dem Kunden einen ersten Lösungsansatz zu bieten.

Ihr Dirk Zimmermann

## Trends

### Chat Roboter

Der Einsatz von Chatbots im Service bietet Unternehmen in vielen Bereichen eine interessante Möglichkeit.

## Tendenzen

### Website Chat

Mit dem Angebot eines Live Chat im Internet läßt sich der Service für den Kunden weiter optimieren.

## Tips

### Video Chat

Durch den direkten Kontakt per Video können Anfragen des Kunden im Service besser bearbeitet werden.

## Tools

### Messenger Chat

Unternehmen, die einen Messenger als Servicekanal anbieten, können damit einen näheren Kontakt zum Kunden aufbauen.

## Inhalt

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

## Thema

### Positive Kundenerfahrung

Der Einsatz von Live Chat geht über reinen Kundenservice weit hinaus: Durch die direkte Kommunikation in Echtzeit können Service-Mitarbeiter z.B. in Webshops auch als direkte Berater für den Interessenten auftreten und den Kaufprozeß aktiv unterstützen.

Hat der Kunde eine Frage zu dem Produkt, kann diese im Chat direkt beantwortet werden. Gleichzeitig können aber darüber hinaus auch Empfehlungen ausgesprochen werden oder Anschlussfragen im Rahmen der Beratung direkt im Chatfenster geklärt werden.

Fühlt der Kunde sich in dieser Situation gut beraten, steigt mit der positiven Kundenerfahrung die Wahrscheinlichkeit, einen langfristigen und loyalen Kunden gewonnen zu haben. Durch guten Service kann damit die Kundenzufriedenheit gesteigert werden, darüber hinaus werden auch gleichzeitig Kundennähe und Kompetenz demonstriert, was für Unternehmen von großer Bedeutung ist, um langfristig Kunden zu binden.

#### 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

### Video Chat

Ein Video-Chat erfordert nicht immer ein direktes Gespräch zwischen Unternehmen und Kunden. Werden beispielsweise weitere Erklärungen oder eine detaillierte Darstellung des Produkts benötigt, sendet der Mitarbeiter ganz einfach ein Video mit den passenden Informationen.

Auch wenn Informations- oder Erklärvideos auf der jeweiligen Seite eingebaut werden können, sind Videos im direkten Chat wirkungsvoller. Der Kunde fühlt sich individuell beraten und die Zufriedenheit dadurch gesteigert.

Auch für Unternehmen ist diese Art des Live-Chats von Vorteil, da sich ein Mitarbeiter um mehrere Kunden gleichzeitig kümmern kann.

## Trends

### Chat Roboter

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 \[i\]ks\] Umfrage „Chatbots im Service“](#)

## Tendenzen

### Website Chat

Eine Lösung, um den Service zu optimieren und Verbesserungspotentiale zu nutzen ist der Einsatz von Live Chat. Kunden können unkompliziert und in Echtzeit über den Website Chat auf der Internetseite Kontakt zum Kundenservice aufnehmen, wo ihre Anfrage direkt beantwortet werden kann.

Service-Mitarbeiter können mit dem Nutzer chatten und ihm direkt über den Chat seine Fragen beantworten und eine Lösung für sein Problem anbieten. Außerdem erfährt der Kunde direkt transparent, wie sein Anliegen bearbeitet wird.

Das fördert die persönliche Bindung zum Kunden und ermöglicht es den Service-Mitarbeitern, individuell zu beraten und ein positives Kundenerlebnis durch persönlichen Kontakt zu schaffen. Über die Einbindung einer Live-Chat-Lösung sind auch Features wie Video-Chat, Co-Browsing oder Screen-Sharing nutzbar.

Der Einsatz von Video-Chat ist vor allem für die Beratung hilfreich, aber auch Serviceanfragen können durch den direkten Videokontakt besser bearbeitet werden. Um Kunden bei Fragen zu Bestellvorgängen oder Prozessen zu beraten, kann der Mitarbeiter über Screen-Sharing oder Co-Browsing unterstützend eingreifen und dem Interessenten so schnell helfen, indem er Klickwege für ihn übernimmt.

### 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

### 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

### Messenger Chat

Viele Unternehmen haben deshalb bereits erkannt, daß ein Messenger-Dienst wie z.B. WhatsApp oder Facebook Messenger ein geeigneter Servicekanal ist, um ihren Kundendienst zu erweitern und schnell, nah und zielgruppengerecht mit ihren Kunden zu interagieren.

Wird als Kontaktmöglichkeit nur E-Mail oder Telefon angeboten, ist dies vielen Kunden zu umständlich, wodurch in der Folge auf Fragen verzichtet wird, worunter eventuell die Kundenzufriedenheit leidet. Unternehmen, die einen Messenger als Servicekanal anbieten, können damit also einen näheren Kontakt zu ihrer Zielgruppe aufbauen und sowohl die Kundenkommunikation als auch die Kundenerfahrung nachhaltig positiv beeinflussen.

Über den Messenger-Dienst können nicht nur Textnachrichten, sondern auch Bilder, Videos und Sprachnachrichten übermittelt werden. Das kann vor allem im Fall von komplexeren Supportanfragen ein deutlicher Vorteil sein, da Anliegen möglichst verständlich und detailgenau dargestellt werden können, und in der Folge auch schneller eine passende Lösung angeboten werden kann.

### 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)