

Service CASES

**Praxis-Beispiele zur Gestaltung
eines echten Kundennutzens**

Volume 24

Service CASE

Branche

Verkehr

Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

Idee

Mit der digitalen Sprachassistentin von Amazon lassen sich deutschlandweit alle verfügbaren Bahnverbindungen der Deutschen Bahn (www.bahn.de) ansagen. Selbst dialogbasierte Auskünfte sind möglich. Neben Abfahrts- und Ankunftszeit nennt die virtuelle Assistentin ebenfalls alle notwendigen Umstiege.

Da die Verbindungssuche direkt an die Fahrplanauskunft der Deutschen Bahn angebunden ist, läßt sich Alexa auch nach Zügen ins Ausland fragen. Zudem werden die Skills von Alexa ständig erweitert.

In Zukunft will das Unternehmen auch Preisauskünfte und später sogar den Ticketverkauf per Spracheingabe realisieren. Zudem ist es angedacht, auf Verspätungen automatisch hinzuweisen.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der für den Kunden bequem und einfach zu handeln ist. Allerdings setzt er die Nutzung einer Technologie voraus, die nicht unumstritten ist. Stichwort: Datenschutz!

Service CASE

Branche

Luftfahrt

Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

Idee

Der Flughafenbetreiber Fraport (www.fraport.de) bietet eine medienübergreifende Indoor-Navigation an. Die neue Navigationshilfe ist per App und über Touchscreens im Flughafen Frankfurt verfügbar.

Nutzer können sich nun per Smartphone zu einem der 500 Geschäfte oder den Gates im Airport navigieren lassen. Die Abdeckung ist auf gewisse Bereiche beschränkt, in denen sich die Fluggäste aufhalten – insgesamt wurden über 750.000 Quadratmeter und 30 Kilometer Wegstrecke digitalisiert

Bereits vorab können sich Fluggäste über die offizielle Webseite auf dem Flughafen umsehen und so ihren Besuch planen. Im Terminal angekommen, können sie große Touchscreens nutzen und zum Beispiel eine Navigationsroute per QR-Code auf ihr Smartphone mit der App übertragen. Über einen persönlichen Login sind alle gespeicherten Daten auf allen Geräten verfügbar.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der beim Kunden für eine bessere Orientierung sorgt! Neue Technologien ermöglichen - auch in Kombination - schnell und einfach das gewünschte Ziel zu erreichen.

Service CASE

Branche

Luftfahrt

Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

Idee

Die Lufthansa (www.lufthansa.de) und der Kofferhersteller Rimowa haben einen elektronischen "Gepäckanhänger" entwickelt. Damit können Reisende ihren Koffer in Zukunft von zu Hause oder unterwegs aus mit der Lufthansa-App einchecken.

Die Daten der elektronischen Bordkarte werden dabei über das Smartphone per Bluetooth an den sogenannten Rimowa Electronic Tag gesendet, ein in den Koffer integriertes Datenmodul. So weiß das Gepäckstück, wohin es gehen soll. Ein Gepäckanhänger aus Papier, den sich Reisende derzeit am Flughafen ausdrucken müssen, entfällt damit. Der Kunde muß den Koffer am Gepäckschalter nur noch auf das Band stellen.

Das elektronische Datenmodul auf dem Rimowa-Koffer sieht aus wie die heutigen Papieranhänger. Es kann nicht abreißen und ist vor Hitze, Kälte, Stürzen und Feuchtigkeit geschützt.

Bewertung



Fazit

Mit diesem Service können Kunden nicht nur Zeit und Geld sparen, sondern auch die eigenen Nerven schonen. Vorausgesetzt die genutzte Technologie funktioniert zuverlässig und sicher.

Service CASE

Branche

Städte und Gemeinden

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Die Stadt Köln (www.koeln.de) bietet zusammen mit dem Unternehmen TimeRideVR eine historische Stadtrundfahrt der besonderen Art. Die Besucher dürfen in einer nachgebauten Straßenbahn eine immersive Reise durch das Köln des Jahres 1900 antreten.

Die Gäste werden dazu mit einer VR-Brille ausgestattet und erkunden die Stadt virtuell. Während der Kaiserzeit unterschied sich die Stadt stark von der heutigen Zeit, was auf der 15-minütigen immersiven Tour verdeutlicht wird.

Mit 360-Grad-Panoramablick kann der Besucher sich auf der virtuellen Reise umsehen. Durch eine Rüttelplatte, Ventilatoren, starke Bässen und dem Fahrtwind beim Herauslehnen aus den Fenstern wird der Eindruck dabei noch gesteigert.

Bewertung



Fazit

Bei diesem Service steht das Erlebnis für den Kunden im Vordergrund. Durch die Nutzung neuer Technologien lässt sich eine emotionale Verbindung zum Anbieter kreieren.