Smarter Telefonservice!

Online-Umfrage

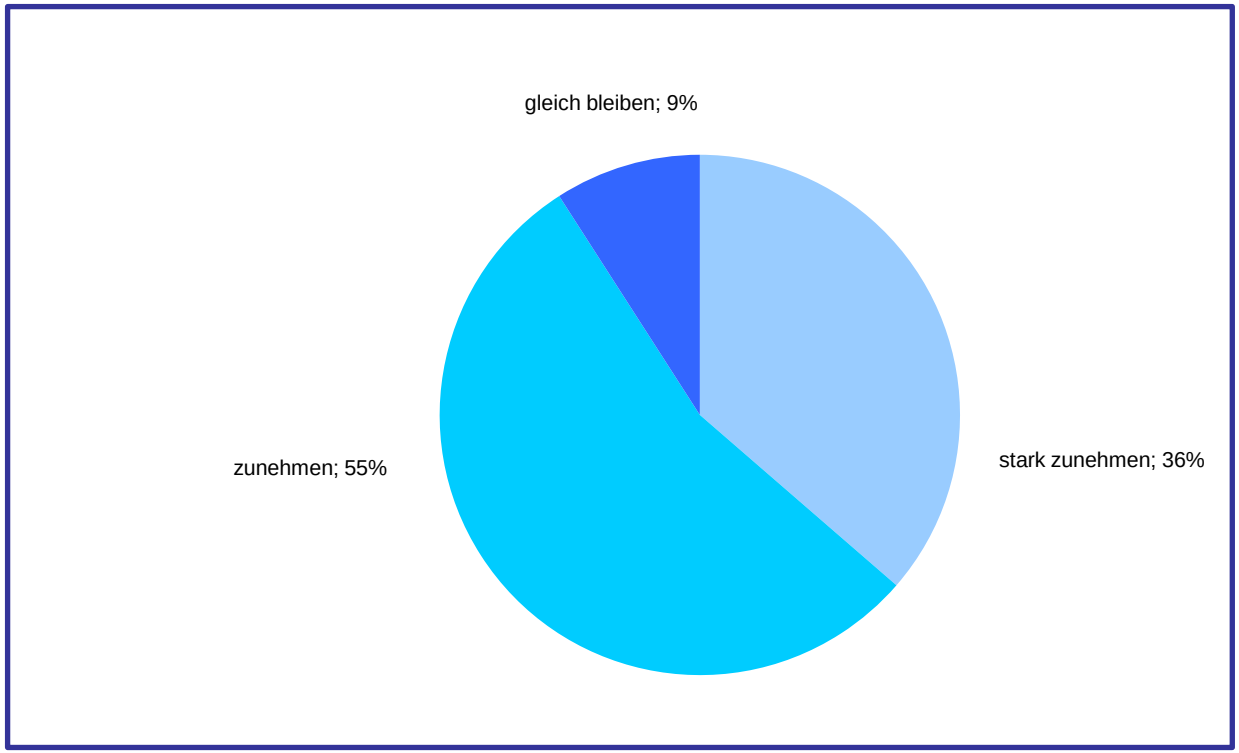
September/Oktober 2013

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
Internet: www.DieServiceForscher.de

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

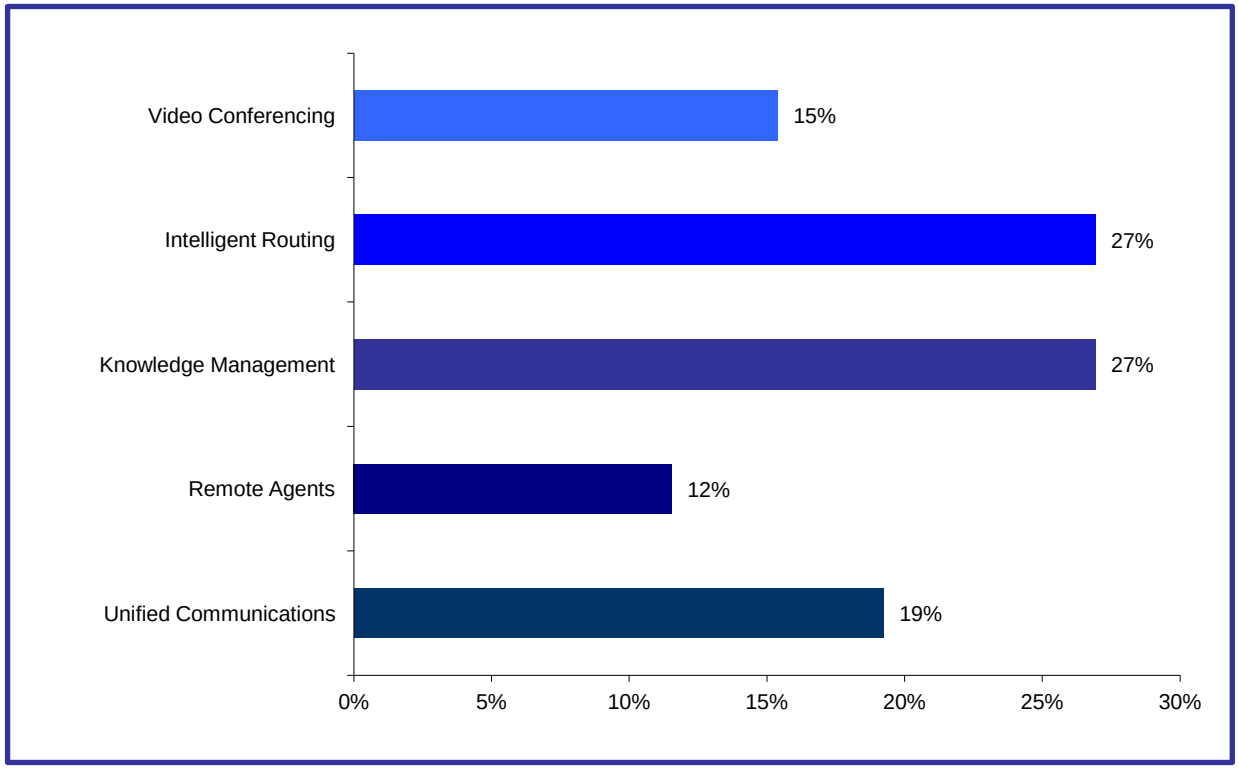
Wie wird sich Bedeutung smarter Telefonlösungen zukünftig entwickeln?



Stichprobe = 111, Werte gerundet

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

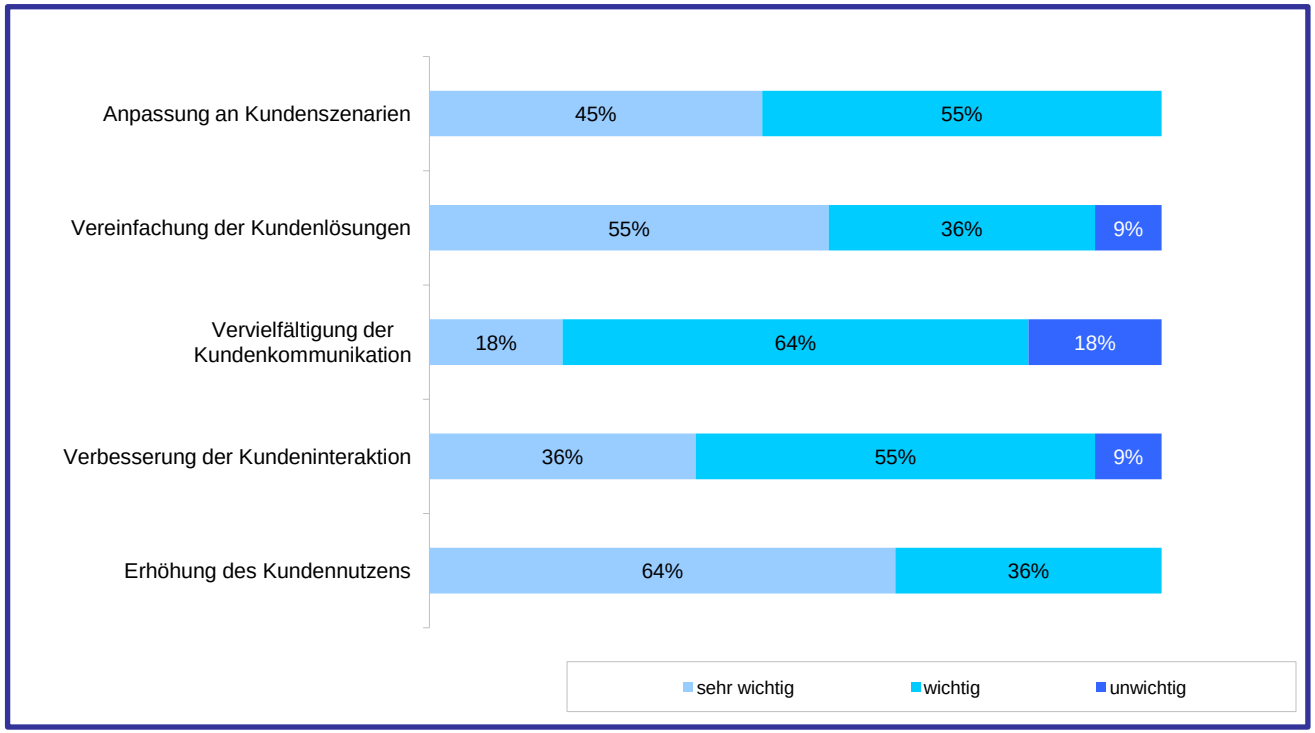
Welche neuen Technologien können sich für einen smarten Telefonservice eignen?



Stichprobe = 111, Mehrfachnennungen

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

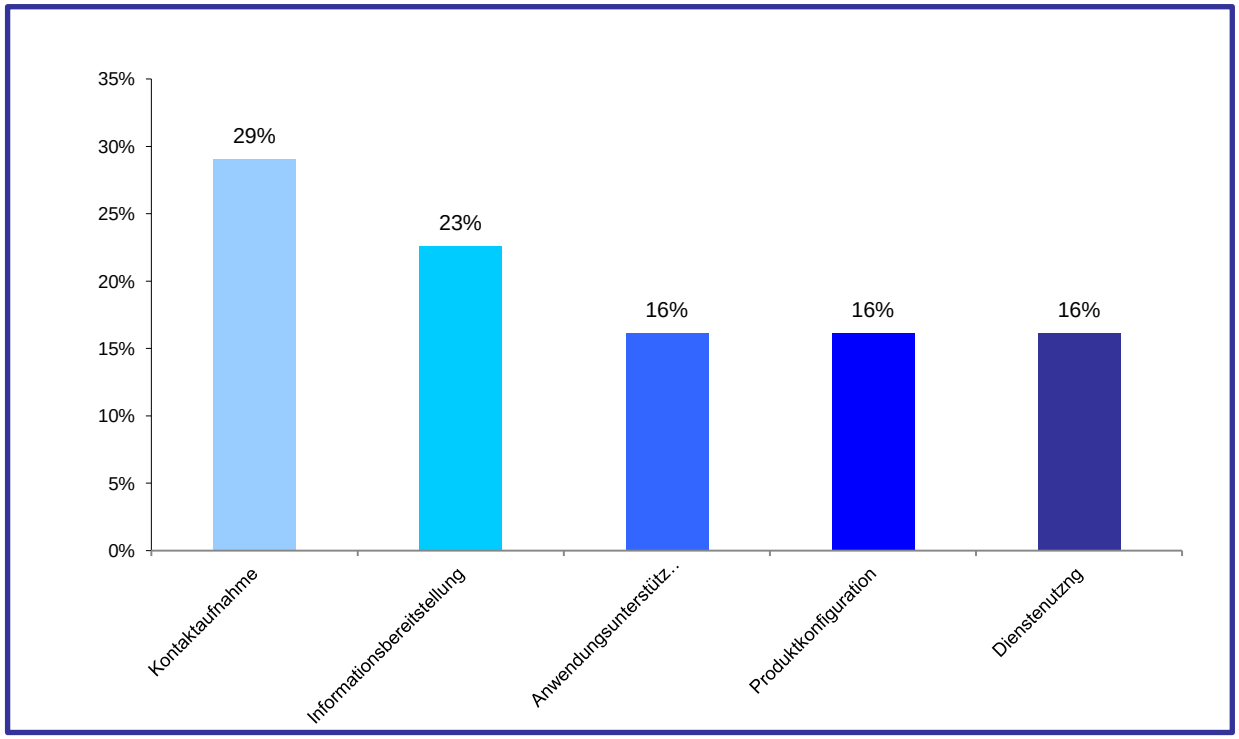
Wie wichtig wird ein smarter Telefonservice für die Kunden-beziehung sein?



Stichprobe = 111

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

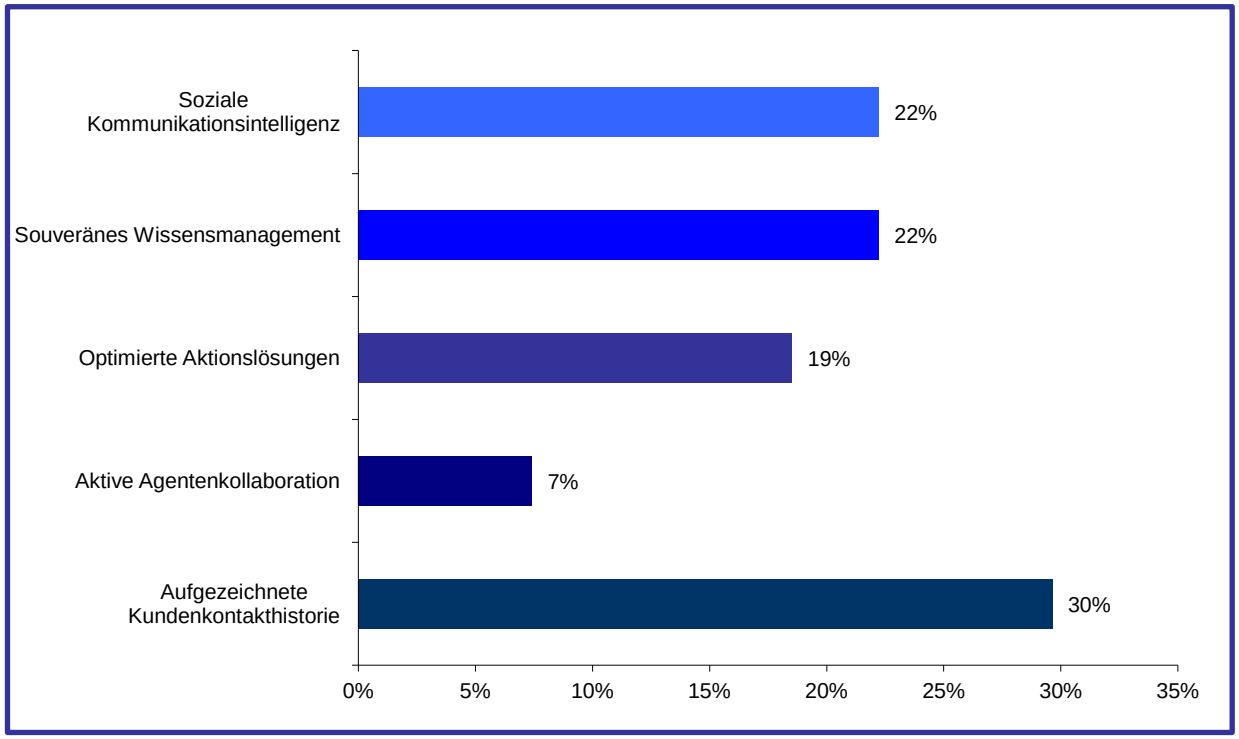
Welche Aufgaben kann ein smarter Telefonservice zukünftig am besten erfüllen?



Stichprobe = 111, Mehrfachnennungen

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

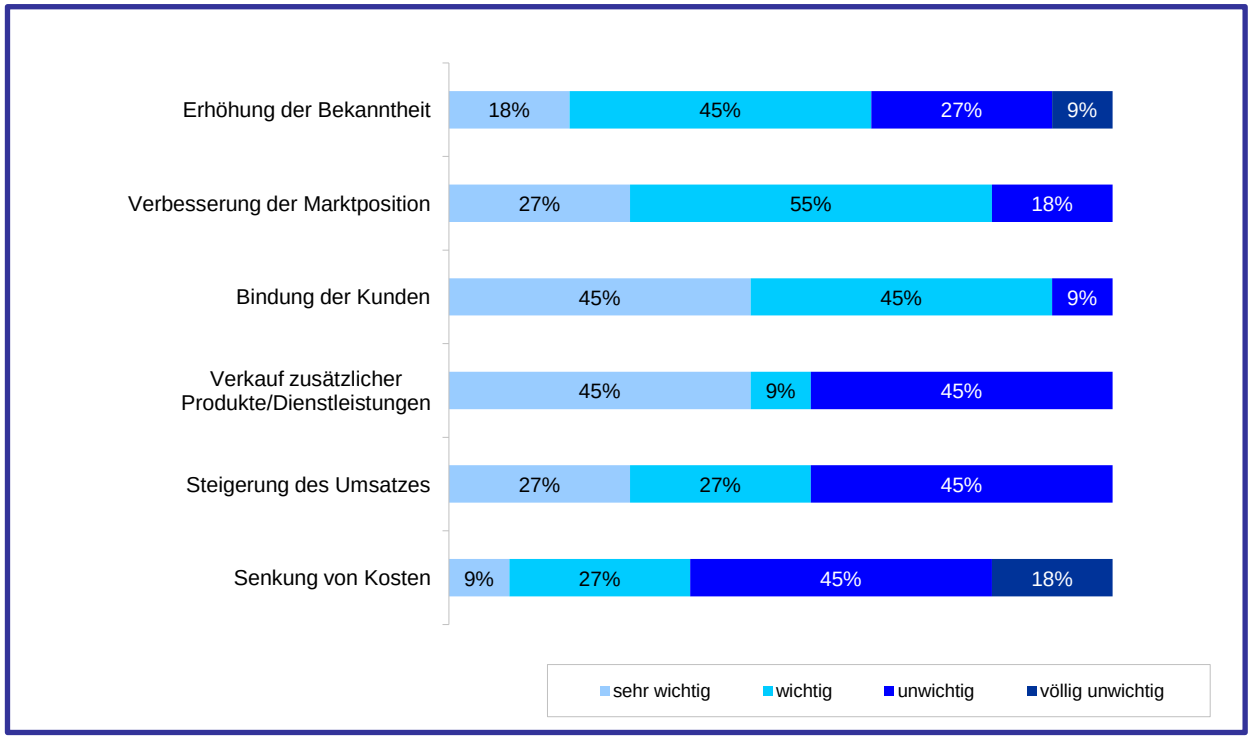
Wodurch können Unternehmen ihre Telefonie im Service smarter machen?



Stichprobe = 61, Mehrfachnennungen

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

Wie wird sich für Unternehmen das Angebot smarter Telefon-services auswirken?



Stichprobe = 111

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign© 2013. All rights reserved.

Weitere Informationen

Fakten

Studien

Telephone Services!

E-Books

Erfolgreiches Telefonmanagement

News

Newsletter

Der Newsletter SERVICE TRENDS

- Neueste Ergebnisse aus der Service- und Kommunikationsforschung. Aktuelle Einschätzungen zu Trends und Entwicklungen. Regelmäßige Vorstellung von Instrumenten und Tools.
- Die aktuelle Ausgabe sowie das Newsletterarchiv sind Online einsehbar
- Kostenlose Anmeldung unter www.DieServiceForscher.de

ISSN-Nummer: 1862-3854 Jahrgang: 11 - Ausgabe 41 15. August 2013

SERVICE TRENDS 03/2013

Editorial

Liebe Leserin/
lieber Leser

Die Schaffung von mehr sozialen oder-kooperativen Beziehungen spielt eine wichtige Rolle in einer kundenzentrierten Ausrichtung von Unternehmen im Service. Schon heute versammeln sich Kunden auf Social Communities, wie Facebook und Google+, um sich über Erfahrungen zu verständigen oder schreiben ihre Erlebnisse in Blogs oder auf Twitter, die von vielen anderen gelesen werden.

Dies geschieht außerhalb offizieller Serviceprozesse und setzt die Verantwortlichen in den Unternehmen zusehends mehr unter Druck. Eine Nutzung „Sozialer Technologien" kann helfen, Unternehmen und Kunden näher zusammenzubringen, wichtige Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen und zu erfüllen.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Service macht es erforderlich, vermehrt spezifische Angebote für verschiedene soziale Gruppen bereitzustellen und gleichzeitig deren Erfahrungen zu kanalisieren. Sozialer Service bietet eine große Chance in einer neuen, von vielfältigen Medien bestimmten Welt, Beziehungen zu festigen und weiter auszubauen.

Ihr Dirk Zimmermann

Trends

Service goes green

Der steigenden Kundennachfrage nach der Einbindung ökologischer Nachhaltigkeit müssen Unternehmen künftig Rechnung tragen.

Tendenzen

Service mit Kundenvertrauen

Für Unternehmen wird es bestimmend, in einem stetigen Austausch mit dem Kunden zu bleiben und einen fortwährenden Dialog.

Tips

Jungfräuliche Kunden im Service

Auch im Service gibt es für Kunden immer ein „erstes Mal". Was müssen Anbieter heute im Kontakt mit neuen Kunden beachten?

Tools

Prüfung des Servicenutzens

Der Nutzen für den Kunden ist eine direkte Kennzahl für die Wettbewerbsstärke eines Serviceanbieters.

Inhalt

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

Seite 1

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

Profil

Profil

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 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, Beratung und Coaching sowie Vorträge und Seminare.

Märkte

Zu unseren Kunden gehören DAX-Konzerne und Großunternehmen genauso wie Unternehmen aus dem Mittelstand, Private und Öffentliche Institutionen, Organisationen und Verbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie alle die, die im Service in Zukunft mehr erreichen wollen.

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.

Kontakt

Standort

Berlin

X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®
Wilhelm-Kuhr-Straße 87b
D-13187 Berlin

Fon: + 49 (0) 3 0 / 417 19 296

Internet

Website: www.DieServiceForscher.de

ePost: office@DieServiceForscher.de

Folgen Sie uns auf:

Ansprechpartner

Dirk Zimmermann (Geschäftsführender Direktor)

Copyright © X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® 2013. All rights reserved.