

# *Kundenkommunikation 3.0!*

## Online-Umfrage

März /April 2014

X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®

Wilhelm-Kuhr-Straße 87b

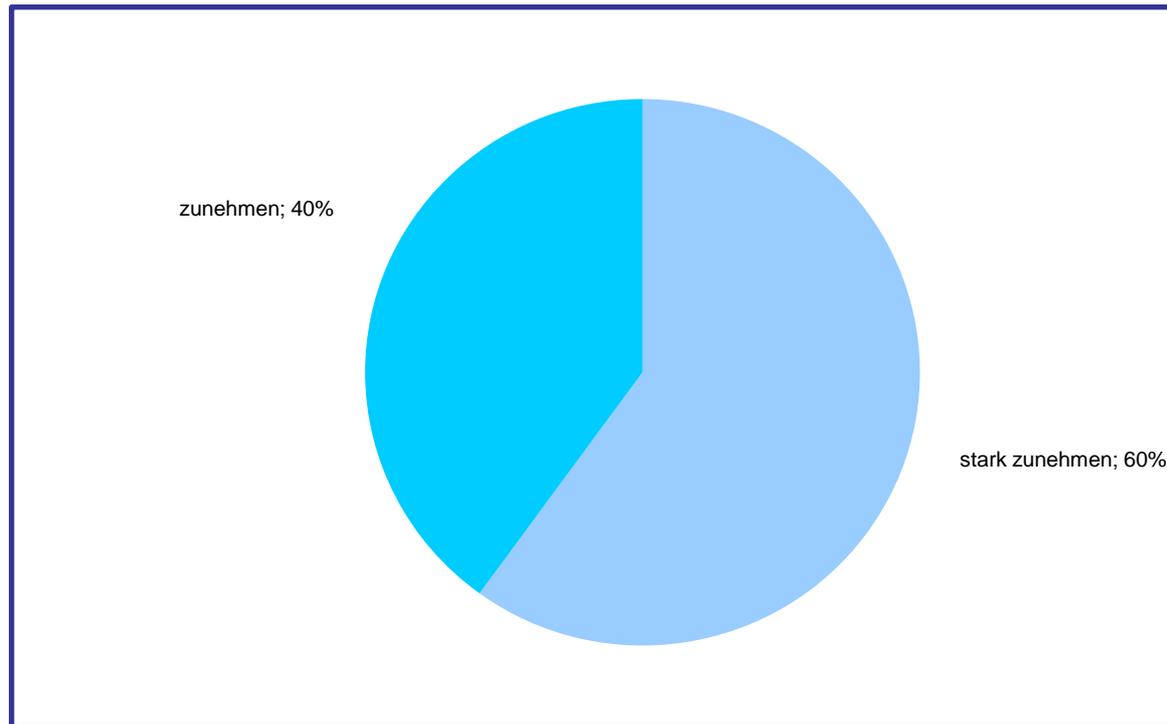
D-13187 Berlin

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

Fax: + 49 (0) 3 0 / 417 19 297

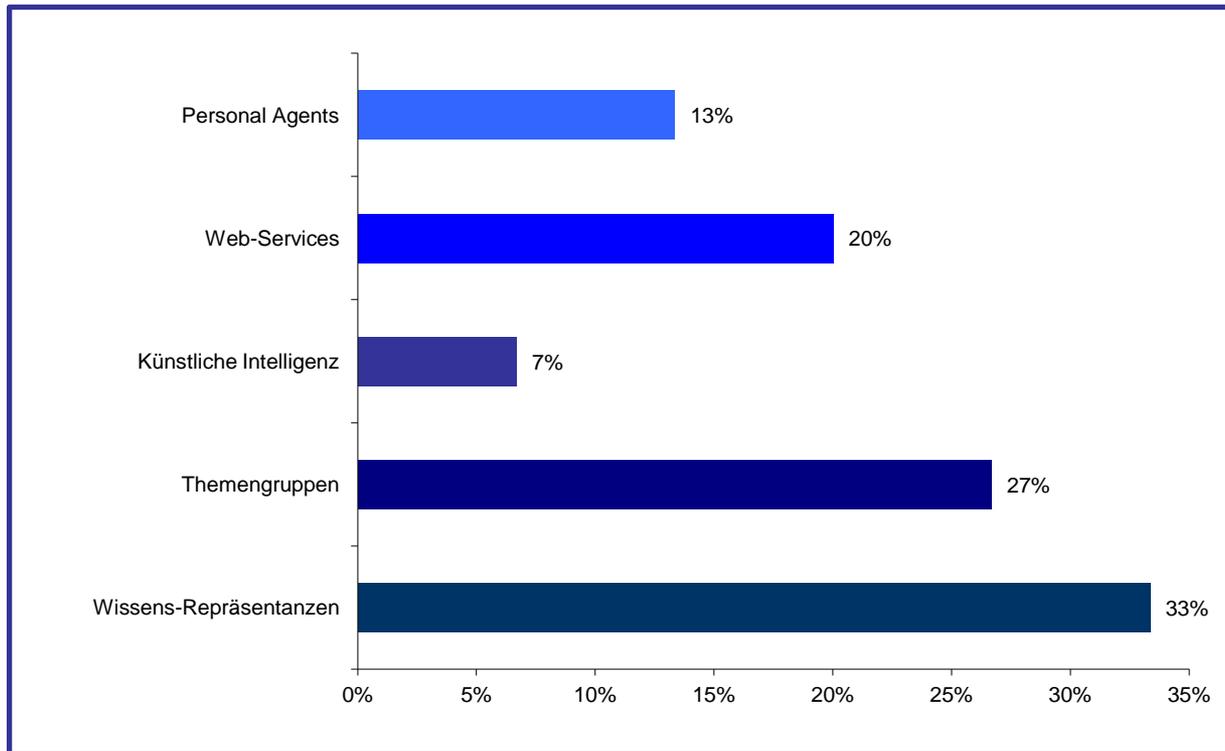
Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

## Wie könnte sich der Einfluß des semantischen Internet („Web 3.0“) auf die Kundenkommunikation entwickeln?



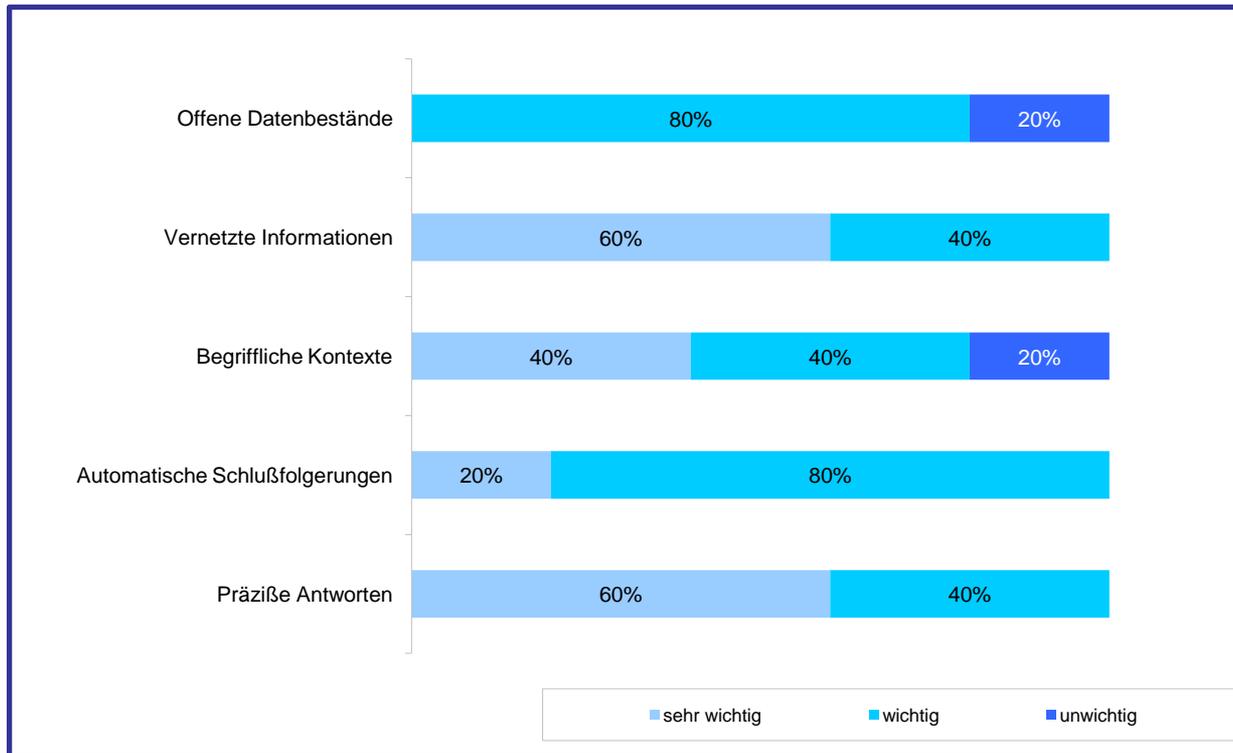
Stichprobe = 52, Werte gerundet

## Welche Formen des Web 3.0 wären gut geeignet für eine Nutzung in der Kundenkommunikation?



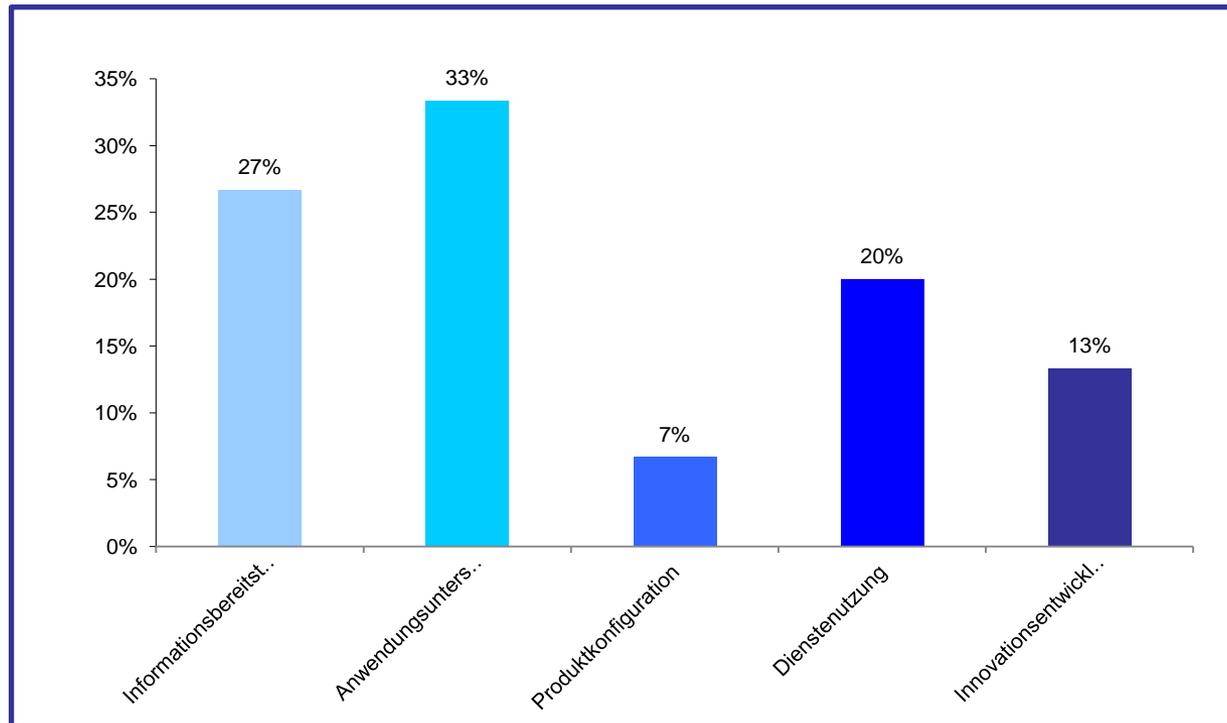
Stichprobe = 52, Mehrfachnennungen

## Wie wichtig würden dabei bestimmte Aspekte des Web 3.0 in der Kundenkommunikation sein?



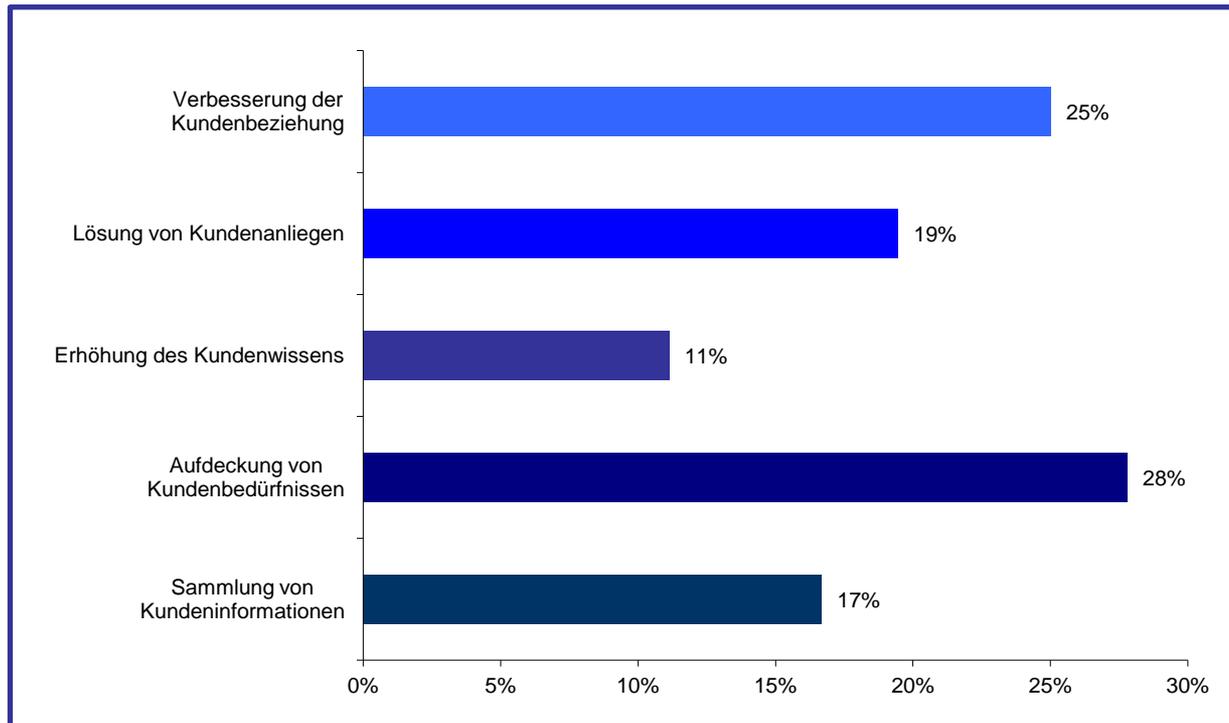
Stichprobe = 52

Welche Aufgaben in der Kundenkommunikation könnte das semantische Internet zukünftig am besten erfüllen?



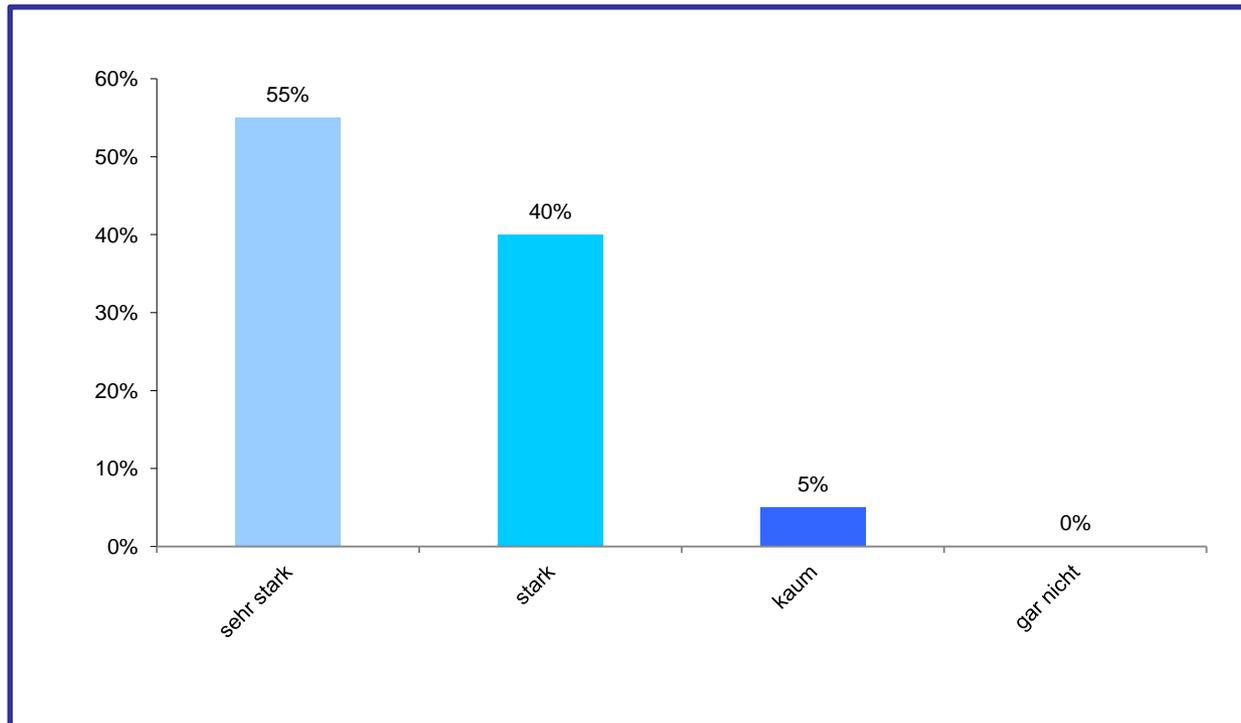
Stichprobe = 52, Mehrfachnennungen

## Wozu ließe sich das semantische Internet in der Kundenkommunikation besonders gut einsetzen?



Stichprobe = 52, Mehrfachnennungen

## Wie könnte sich die Investition in das Web 3.0 auf den Erfolg der Kundenkommunikation auswirken?



Stichprobe = 52

## Fakten

### Studien



Kundendialog 2.0!

### E-Books



Kundenkommunikation im Internet

## 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](http://www.DieServiceForscher.de)

ISSN-Nummer: 1962-3654      Jahrgang: 12 - Ausgabe 43      20. Februar 2014

## SERVICE TRENDS 01/2014

### Editorial



Liebe Leserin/  
lieber Leser

Der Erfolg von Unternehmen im Service wird in Zukunft auch davon abhängen, inwiefern es ihnen gelingt Social Media in den bestehende Leistungs- und Lösungsstruktur zu integrieren.

Dies hat Einfluß auf die Qualität des Services über Social Media. Es wird wichtig sein zu sehen, ob der Kunde, der sich über Facebook, Twitter oder einen anderen Dienst an ein Unternehmen wendet, auch zufriedenstellend betreut wird.

Die Nutzung von Social Media im Service erfordert weitgehende technische Anpassungen. Bereits ohne Social Media müssen Unternehmen darauf achten, daß Kundendaten und Kontaktstorie lückenlos dokumentiert werden, um optimalen Service zu betreiben und eine starke Kundenbindung zu erreichen.

Durch Social Media stellen sich zusätzliche Anforderungen. Facebook, Twitter oder auch andere Kanäle müssen nahtlos in die Service-Infrastruktur integriert werden. Auch das Servicepersonal und von ihm genutzten Tools sollte Teil des Systems sein. Nur so können sie zur Lösungen für den Kunden beitragen.

*Dirk Zimmermann*  
**Ihr Dirk Zimmermann**

### Trends

#### Service sozial aufstellen

Unternehmen können durch gezielten sozialen Austausch ihre Serviceleistungen verbessern.

### Tendenzen

#### Einsatz sozialer Medien

Neue Informations- und Kommunikations-tools etablieren sich fest im Mediensensemble der Kunden.

### Tips

#### Kollaboration 2.0

Kunden wollen sich heute vermehrt durch interaktive Teilnahme in die Gestaltung des Service einbringen.

### Tools

#### Einbindung neuer Technologien

Innovative Konzepte im Zusammenspiel verschiedener Kundenkontaktkanäle werden für Unternehmen wichtig.

### Inhalt

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

Seite 1

## 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.

## 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](http://www.DieServiceForscher.de)

ePost: [office@DieServiceForscher.de](mailto:office@DieServiceForscher.de)

Folgen Sie uns auf:



### Ansprechpartner

Dirk Zimmermann (Geschäftsführender Direktor)