

SERVICE DESIGN - WEIL: EIN LÄCHELN MACHT NOCH KEINE DIENSTLEISTUNG!

Impulse zur systematischen Entwicklung innovativer Dienstleistungen - ein Consultants Competence Circle Fachgruppe UBIT.

Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Kundenorientierung - zweifelsohne immernoch wichtige Tugenden aller Dienstleistungsbranchen. Doch schon lange reicht dieses Rezept nicht mehr aus. Dienstleistung ist längst mehr als der freundliche Reparaturdienst, die modisch inspirierte Friseurleistung oder das idyllische Wellnesswochenende.

Industrieunternehmen, die früher Gewinn mit dem Verkauf ihrer Produkten machten, steigen zunehmend auf umfassender Miet- und Dienstleistungsmodelle um. Software wird nicht mehr verkauft und lokal auf der Hardware des Kunden installiert sondern stattdessen in Form von Services online bereitgestellt. Mit neuen Geschäftsmodellen wandeln sich Unternehmen von Produktion- und Handelsbetrieben zu Dienstleistern. Sie begeben sich damit auf neues Terrain, das neue Prozesse, neue Konzepte und neue Kompetenzen erfordert.

Service Design - der systematische Weg zur Kundenbegeisterung

Service Design ist ein neuer Zugang, innovative Services professionell zu entwickeln. Im Rahmen eines Consultants Competence Circle der Fachgruppe UBIT stellten Experten Grundsätze von Service Design vor und diskutierten Vorteile, Anwendung und Grenzen dieser Methode.

Rainer Kargel, Berater für Service Design, Marketing und strategische Kommunikation und Mitbegründer von „ServiceDesign Linz“, stellte die Eckpfeiler dieser Systematisierung der Serviceentwicklung vor, die aus dem Design Thinking hervorgegangen ist und deren Nutzen u.a. in Kundennähe und Effizienz liegt. Denn, so Kargel, kaum ein Unternehmen könne es sich heute noch leisten, Innovationen rein auf Basis Zahlen zu entwickeln, wie sie beispielsweise die Marktforschung liefert. Die Folge von Produktentwicklungen „auf dem Reisbrett“ wäre eine große Anzahl von Flops. So würden nahezu 90% aller Produkte das erste Jahr der Markteinführung nicht überleben. Dies gelte auch für Hightech-Produkte und wird zunehmend unwirtschaftlich.

Grundprinzipien professionellen Service Designs

Service Design ist ein Gestaltungsprozess und umfasst Methoden, Ansätze und Denkweisen. Eines der wichtigsten Prinzipien von Service Design sei, so der Service Design-Experte Kargel, die absolute Kundenzentrierung: „Jeder Prozess geht vom Kunden aus.“ Das zweite Prinzip liege in der Einbeziehung aller Unternehmensbereiche - also der interdisziplinäre Ansatz. Beide Grundsätze erfordern - wie die Service Designerinnen Mag. Katharine Ehrenmüller und Barbara Niederschick in der anschließende Diskussion unterstrichen - viel Mut von den Unternehmen. Kunden und alle Unternehmensbereiche an einem Innovationsprozess teilhaben zu lassen, erfordere viel Offenheit und die Verabschiedung vom Denken in Abteilungsgrenzen und Hierarchien. Die frühe Beteiligung potentieller Kunden am Entwicklungsprozess soll rasch Fehleinschätzungen aufzeigen und helfen, den Nutzen für Kunden im Fokus zu behalten.

Nur so kann die von Kargl als Ziel definierte „Kundenbegeisterung“ systematisch durch Service Design anvisiert werden. Bei Kunden echte Begeisterung für ein Produkt oder einen Lieferanten zu entfachen, ist vor allem dort wichtig, wo Dienstleistungen als eigenständige Produkte Erfolg bringen und nicht mehr bloß als kostenlose „Beigabe“ der Vertriebsförderung dienen sollen.

Prozesse sichern Qualität und Effizienz

Klar strukturierte Prozesse zeichneten sich im Rahmen der Diskussion als weitere Voraussetzung für erfolgversprechende Services ab. Dabei zeigte Mag. Gerhard Wanek, Geschäftsführer der redtoo GmbH und IT-Sprecher der UBIT in NÖ auf, dass effiziente Prozesse auch im Dienstleistungsbereich ohne IT-Systeme heute in den meisten Fällen undenkbar sind. Viele neue Geschäftsmodelle würden erst durch IT ermöglicht und diese Tendenz, so Wanek, würde durch die Trends, wie Industrie 4.0, noch weiter verstärkt.

Dabei darf die IT jedoch nicht zum Selbstzweck werden, denn das Ziel von Service Design ist es - darin waren sich die ExpertInnen einig - einzigartige und marktgerechte Kundenerlebnisse zu schaffen.