

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® im Überblick:

Gründung: März 2000

Leitung: Dirk Zimmermann – Geschäftsführender Direktor

Kurzbeschreibung: Das X [iks] 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, Strategieberatung und Konzeptbewertungen sowie Vorträge und Seminare.

Forschung: *Visiting Service!* Studie zur Service-Qualität der Besucherbetreuung
Telephone Services! SQ der Kundenkommunikation am Telefon
Messe im Trend! Aktuellen Entwicklungen bei Messeauftritten
eServices! Erfolgreiche Servicelösungen im Internet
Die Zukunft im Service! Trends, Entwicklungen und Prognosen
Kundendialog 2.0! Entwicklungen in der mod. Kundenkommunikation
Digitale Services! Strategien, Konzepte und Lösungen
Schöne, neue Servicewelt! Innovationen, Szenarien und Anwendungen
Multiple Communication! Kundenkommunikation auf allen Kanälen
Service Automation! Entwicklung der Automatisierung im Service

Schwerpunkte: Serviceforschung (Entwicklung, Themen, Inhalte, Angebote, Qualität)
Kommunikationsforschung (Konzepte, Maßnahmen, Prozesse)
Kundenbeziehungsforschung (Typen, Phasen, Dauer, Wert)
Qualitätsforschung (Kriterien, Güte, Nutzen, Vorteile)

Beratungsmandate: Verbesserung der Qualität in der Serviceerbringung
Einführung eines erfolgreichen Servicemarketings
Einführung eines Servicemanagements auf Messen
Implementierung von Servicestandards in der Besucherbetreuung
Entwicklung der maßgeblichen Servicekriterien am Telefon
Optimierung des Serviceangebots im Internet