

Inhalt

Vorwort	9
<i>Service Design und Customer Experiences: Konzeptionelle Überlegungen</i>	
Einführung ins Service Design: Ziele, Prozess und Instrumente	17
<i>Matthias H.J. Gouthier</i>	
Introducing Entrepreneurial Design Thinking	33
<i>Harald F.O. von Korflesch</i>	
Kreativmethoden im unternehmerischen Einsatz: Design Thinking als Ordnungsrahmen	45
<i>Oliver Böpple</i>	
<i>Innovative Wege zum Design und zur Umsetzung von exzellenten Kundenerlebnissen</i>	
Serviceprozessmanagement und Kundenbegeisterung im Zeitalter der Digitalisierung	63
<i>Michael Kolbenschlag, Oliver Rütten</i>	
Out of the box and into reality – Die Potentiale innovativer Methoden richtig verstehen, kombinieren und in echten Kundennutzen umsetzen – wie aus „Design Thinking“ „Design Doing“ wird	79
<i>Carsten Schulz, Annika Weckmann</i>	
	13

Inhalt

Wertschöpfungsanker SERVICE: Kognitive Systeme rollen den Markt auf	97
<i>Götz Piwinger</i>	
Einsatz von Serious Games zur Förderung der Serviceorientierung	109
<i>Vitalij Kretz, Christoph Bischoff</i>	
<i>Service Design und exzellente Kundenerlebnisse: Best-Practices in ausgewählten Branchen</i>	
Zwischen iBeacon und Bratwurst – Service Excellence im Messewesen	125
<i>Oliver Frese</i>	
Mit Premium-Service und Digitalisierung Kunden begeistern - Wie die Deutsche Telekom veränderte Kundenerwartungen in der digitalen Welt aufnimmt und weiter vorantreibt	135
<i>Gero Niemeyer, Franz Weisenburger, Lars Kindervater</i>	
Kundenzentriert und gemeinsam kreativ: Service Design bei der WISAG	157
<i>Gerrit Egg, Nadine Speicher</i>	
Service Excellence in der Beratung	169
<i>Jörg Hossenfelder</i>	
Innovative Services und Customer Experience rund um den Kühlschmierstoff	187
<i>Roger Berliat</i>	