



FORSCHUNGSARBEIT

„Proactive Services“

ANNETTE WENNINGER

Elitestudiengang Finance and Information Management

Universität Augsburg, Dezember 2018

Proactive Services

Annette Wenninger hat im Elitestudiengang „Finance and Information Management“ an der Technischen Universität München, der Universität Augsburg und der Universität Bayreuth mit dem Schwerpunkt Finanzmanagement studiert. Im Rahmen ihrer darauffolgenden Promotion beschäftigt sich Annette Wenninger vorwiegend mit Themen im Bereich des Omnichannel Managements und den Proaktive Services im B2C Bereich.

Ein Akzeptanz Model für Proaktive Services

Gegenwärtig verändern aufstrebende digitale Technologien die Art von Serviceleistungen und Kundenbeziehungen. Proaktive Services (PAS) sind eine neue Art der Dienstleistung, die durch Entscheidungshilfen auf vorausschauende und zielgerichtete Weise oder durch die autonome Erledigung von Aufgaben einen Mehrwert für den Nutzer verspricht. Obwohl die Forschung im Servicebereich eine ausgereifte Disziplin ist und viele verschiedene Perspektiven abgedeckt werden, haben PAS bisher vor allem im Business-to-Consumer-Kontext noch wenig Beachtung gefunden. Dieser Umstand ist hauptsächlich auf die Neuheit von PAS zurückzuführen. Um zu verstehen, warum Personen PAS in ihrem privaten Leben verwenden würden, schlagen wir ein auf PAS zugeschnittenes Akzeptanzmodell vor, das auf etablierten Technologie-Akzeptanzmodellen basiert. Zu diesem Zweck überprüften wir die wissenschaftliche Literatur, führten eine Fokusgruppe durch und verglichen verwandte Servicearten, um typische Merkmale von PAS zu identifizieren. Wir führten auch zwei empirische Studien durch, die zeigten, dass neben den Konstrukten aus etablierten Technologie-Akzeptanzmodellen neue Konstrukte wie die Anpassungsfähigkeit des Services und der Autonomiegrad für PAS unerlässlich sind und als starke Prädiktoren wirken.

Abgrenzung Proaktive Services

In typischen Business-to-Consumer (B2C)-Interaktionen müssen Einzelpersonen aktiv nach den Dienstleistungen oder Wertangeboten suchen, die sie benötigen, z.B. den Besuch eines Anwalts, um Hilfe und Beratung zu erhalten. Solche traditionelle Interaktionen folgen dem Muster eines "Pull"-orientierten Modells. Proaktive Services verwenden hingegen ein "Push"-Modell, bei dem die Serviceorganisation proaktiv und nahtlos Just-in-time-Informationen und -Dienste, die auf die Bedürfnisse, Umstände, persönliche Vorlieben, Lebensereignisse und Standorte der Kunden zugeschnitten sind. Daher erfordern proaktive Services, das Unternehmen am Leben ihrer Kunden teilnehmen, d.h. Zugang zu personenbezogenen Daten erhalten.

Personenbezogene Daten werden aus den Prozessen der Personen, d.h. ihrem täglichen Verhalten und Handeln, erhoben. Basierend auf den erhobenen personenbezogenen Daten versuchen proaktive Services, die Prozesse des Einzelnen zu beeinflussen,

mit dem Ziel, ihre Effizienz zu verbessern. Proaktive Services sind daher zu unterscheiden von verwandte Dienstleistungssysteme, wie z.B. Recommendation Services (z.B. Produktempfehlungen von Amazon) und Assistenzsysteme (z.B. Fahrerassistenzsysteme). Diese genannten Systeme treffen Entscheidungen auf der Grundlage von Kundenpräferenzen und Kontextdaten, aber beachten nicht die Informationen von Kundenprozesse wie z.B. Alltagsroutine.