

FORMAT

Kundenservice:
Anforderungen und Lösungen -
aus dem Weg wird eine Strategie.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Was erwartet uns ...

Guter Kundenservice – Anforderungen

Status Quo im Kundenservice

„SPI“ – ein Messinstrument

„NPS“ – ein Managementinstrument

„Customer Centricity“ ... eine Strategie

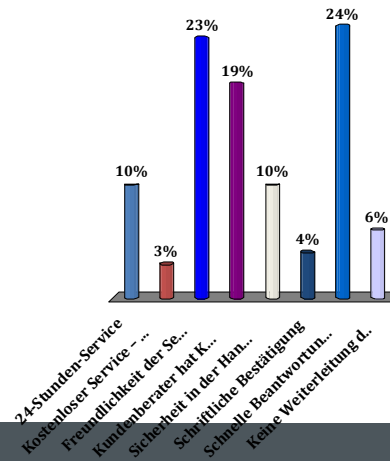
Fazit für den Kundenservice

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Wie wichtig sind folgende Anforderungen im Kundenservice? Wählen Sie die für Sie wichtigsten 3 Punkte

- A. 24-Stunden-Service
- B. Kostenloser Service – dafür lange Wartezeiten
- C. Freundlichkeit der Servicemitarbeiter
- D. Kundenberater hat Kundenhistorie im Zugriff
- E. Sicherheit in der Handhabung der pers. Daten
- F. Schriftliche Bestätigung
- G. Schnelle Beantwortung der Anfrage
- H. Keine Weiterleitung der Anfrage



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Guter Kundenservice - Anforderungen

Ranking der wichtigsten drei:

(seit Jahren nur signifikant in den %-Werten verändert)

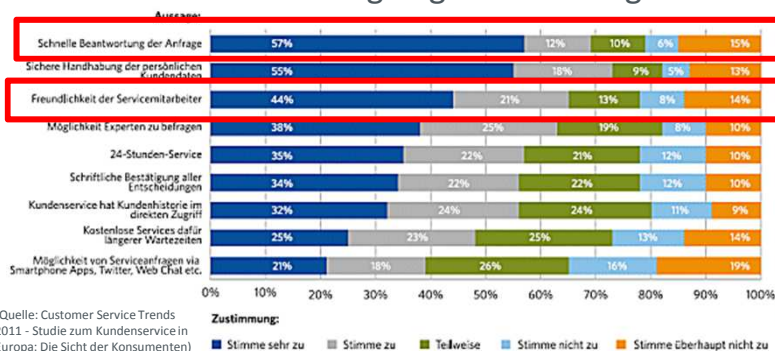
- 73 % nennen die Sicherheit der persönlichen Daten,
- 69 % nennen die schnelle Beantwortung eines Anliegens,
- **65 % nennen die Freundlichkeit des Ansprechpartners.** 😊

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Guter Kundenservice - Anforderungen

Die wesentlichen Anforderungen von Konsumenten anhand der Zustimmung folgender Aussagen:



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Anforderungen im intern. Vergleich

Das Niveau der Zustimmung über alle Antworten ist im internationalen Vergleich insgesamt sehr hoch (69 % in Deutschland, Ø 49 %)

> deutsche Kunden stellen insgesamt höhere Anforderungen an den Kundenservice!



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Anforderungen im intern. Vergleich

Im Ländervergleich (Europa) erhalten diese drei wichtigen Aspekte mehr als 85 % Zustimmung:

- 91 % die schnelle Beantwortung eines Anliegens,
- 87 % die Sicherheit der persönlichen Daten,
- **85 % die Freundlichkeit des Ansprechpartners.**

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

„Wer weiß, was richtig ist,
wird auch das Richtige tun.“

(Sokrates)

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Status Quo im Kundenservice

? Es ist gut so, wie es ist – aber reicht das auch für Morgen.

? Oder „passt“ es schon heute nicht mehr.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Einflussfaktoren oder Hitliste der internen „Nöte“



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Analyse der Ist-Situation

Kundenzufriedenheitsumfrage (KUZU)

Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage (MAZU)

- Durch eigene Mittel und Möglichkeiten
- Durch spezialisierte Institute oder Instrumente (Marktforschungsinstitute)
- Erstellen eines Service Performance Index (z.B.)

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Analyse der Ist-Situation

Analyse der internen Prozesse und Schnittstellen

- Produktion
- Controlling
- Marketing
- Vertrieb (Channelentscheidung)
- Unternehmensleitung

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

SPI – ServicePerformance-Index®

- Der SPI® ist ein kundenbasiertes und objektives Qualitätssiegel
- Von der Bundesregierung auf dem Nationalen IT Gipfel empfohlen
- zur Bewertung von Contact Centern /Kundenservice.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Die Service Performance wird mit dem ServicePerformance-Index® gemessen



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

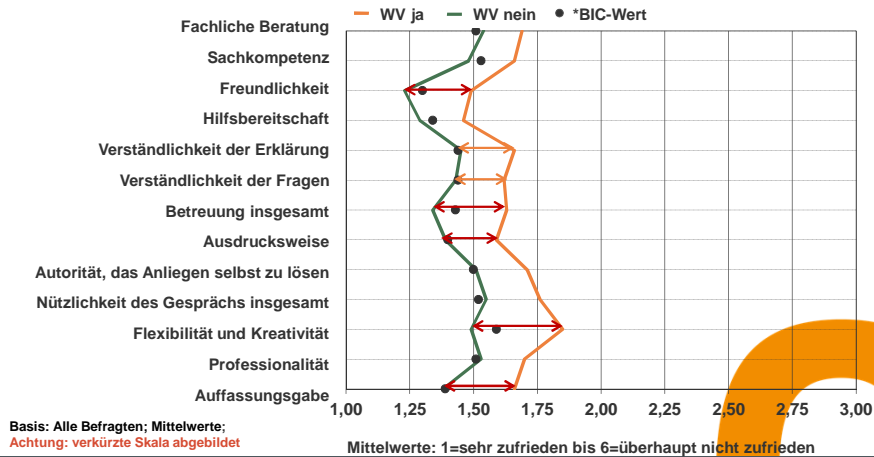
3

© CCB Januar 2013

FORMAT

SPI Auswertung am Beispiel: Weiterleitungen

Wie zufrieden waren Sie mit ...?



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

15

FORMAT

Fragen zum Kundenservice

- ? Was ist der konkrete Wert meines (eines) Kunden
- ? Was darf guter Kundenservice kosten
- ? Wie viel Servicequalität muss ich im Wettbewerb leisten

- ? Was genau tragen
 - Kundenzufriedenheit,
 - Kundenbindung und
 - Wiederkauf-Wahrscheinlichkeit zum Unternehmenserfolg bei

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Kundenservice neu definieren

- Nicht: Wie werde ich den Kunden schnell wieder los ...
- Was wäre, wenn ich schon heute weiß, was mein Kunde morgen will ...
- Auch der Mitarbeiter ist mein Kunde – Thema Weiterleitung, Wertschätzung, etc.
(„Hitliste der meisten/besten Lösungen“)

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Mehrwert durch Änderung?!

Extern

- Kundenzufriedenheit – bessere Erlöse
- Imagegewinn / Gewinn von Marktanteilen
- ...

Intern

- Prozessuale und Strukturelle Verbesserungen
- Fortbildung – Entwicklung – inhaltlich - persönlich
 - Qualitätssicherungsaktivitäten
 - Dokumentationen, Wissensdatenbank
 - ...

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Feedback – Management und Kundeninteraktion

- **Dialoge mit einzelnen, aktiven Kunden führen.**
- aktive Kunden müssen proaktiv zufriedengestellt werden:
 - Zuhören
 - kundenindividuelle Leistungen anbieten
 - Probleme lösen und Fehler eingestehen

Konsequente **Inboundsteuerung** kann die Kundenorientierung eines Unternehmen gezielt erhöhen.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Kundenorientierung und ihre Managementinstrumente (Beispiele)

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

NPS – Net Promoter Score

„Orientierung am Leuchtturm ‚Stimme des Kunden‘“

(M. Brandt, Group Vice President Customer Loyalty von ABB)

„NPS als DNA der Carglass-Strategie“

(M. Rolinski, Sales- und Marketing-Director bei Carglass)

„Fight for Delight“

(Arne van de Wijdeven, Director Customer Advocacy and NPS bei Phillips)

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

NPS – Net Promoter Score

- Seit 2003 – Harvard Business Review
- Wichtiges Managementinstrument für Kundenorientierung: Kundenloyalität
- Mit **lediglich 2 Fragen** an den Kunden:
 - Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung (1-10)
 - In der Begründung mit „Warum“

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

NPS – Net Promoter Score

- Grad der Kundenbindung und die frei formulierten Begründungen sind
- wertvolle Maßnahmen für konzentrierte Unternehmensführung!

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

NPS – Net Promoter Score

Wie immer wird viel gemessen, aber vielen Unternehmen ist nicht klar, wie sie von den erhobenen Ergebnissen profitieren können.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

NPS – Net Promoter Score

Etabliertes, wichtiges Managementinstrument für **Kundenbindung** und **Customer Centricity**

- Alltägliche praktische Herausforderungen:
 - Umgang mit Freitext-Antworten
 - Sinnvolle NPS-Folgeprozesse
 - Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Customer Centricity ... was heißt das!

- Erhebliche Weiterentwicklung der Kommunikationswelt in den vergangenen Jahren.
- Technologische Fortschritte und behördliche Veränderungen haben die Verkettung von Sprach-, Daten- und Medienservices ermöglicht.
 - Anstieg der Kundenerwartungen.
 - Kunden wollen neue Ausrichtungen /Technologien – und zwar jetzt!

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Customer Centricity ... eine Strategie!

- ist mehr als eine kundenorientierte **Organisationsstruktur!**
- ist eine Unternehmensphilosophie: „**Customer first!**“
- setzt die Agenda für das **gesamte Unternehmen.**
- definiert die **Wertschöpfung aus Sicht des Kunden.**

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Customer Centricity ... eine Strategie!

- Betrifft alle Abteilungen, Bereiche und Prozesse des Unternehmens.
- Verankert im Mindset des Top-Managements und der Mitarbeiter.
- Umsetzung mit unternehmensspezifischen Lösungen im Kunden-, Produkt- und Channel-Management.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Customer Centricity ... das Grundkonzept,

erfordert die Abschaffung von **isolierten Instanzen** von Kundeninformationen über verschiedene **Produkte, Services und Channels** hinweg.

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Herausforderungen auf dem Weg zu einer Strategie

- Jede Branche hat andere Regeln.
Keinen allgemeingültigen "besten" Weg.
- Konzept: spezifische Eigenschaften einer Branche und eines Unternehmens.
- Zentralisierte Strategien und lokales Handeln:
→ Gemeinsames Grundverständnis
als Voraussetzung

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Herausforderungen auf dem Weg zu einer Strategie

Initiativen müssen verschiedene Aspekte abdecken:

- im Kundenmanagement
- im Lösungsangebot
- im Channel Management
- ...

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Solides Schiff auf Kurs halten ...



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Mit der Größe bzw. den Möglichkeiten steigen auch die Anforderungen!



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Fazit für den Kundenservice

Neuausrichtung: Kundenwert Erkennen

- Weiche Faktoren (Meinungen) haben großen Einfluss auf den Erfolg

Prozess-Monitoring erforderlich

- Die Prozessorganisation muss messbar und bewertbar sein

System-Integration statt Patchwork

- Die Integration mit bestehenden operativen Systemen muss gewährleistet sein

Strategien planen, simulieren

- Umsetzungs-Sicherheit in der Unternehmensführung

Kosten-und Leistungsrechnung ist zwingend

- Die Kurzlebigkeit der einzelnen Leistungen erfordert Flexibilität in der Umsetzung

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Das wahre Geheimnis des Erfolgs
ist die Begeisterung!

Walter Percy Chrysler

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Vielen Dank!

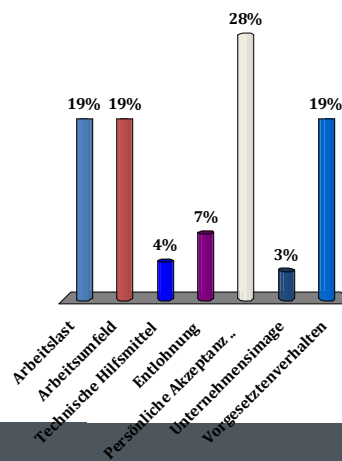
FRAGEN zur Diskussion

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Was hat Einfluss auf die „Freundlichkeit“ ihrer Mitarbeiter? Wählen Sie die für Sie wichtigsten 3 Punkte

- A. Arbeitslast
- B. Arbeitsumfeld
- C. Technische Hilfsmittel
- D. Entlohnung
- E. Persönliche Akzeptanz u. Wertschätzung
- F. Unternehmensimage
- G. Vorgesetztenverhalten

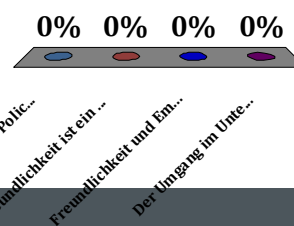


Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Wie wird Freundlichkeit in Ihrem Unternehmen gelebt? Wählen Sie bitte die Variante aus, die für Sie am ehesten passt.

- A. Integrität ist eine Policy des Hauses
- B. Freundlichkeit ist ein Bestandteil des Unternehmensimage
- C. Freundlichkeit und Emotionen sind Bestandteil der Schulungen
- D. Der Umgang im Unternehmen ist wertschätzend



Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.

FORMAT

Welchen Stellenwert hat der Kundenservice in Ihrem Unternehmen? Wählen Sie bitte die Variante aus, die für Sie am ehesten passt.

- A. Ein eigenständiger Bereich
- B. Angeschlossen (untergeordnet, z.B. andere Fachbereiche)
- C. „Eine weitere Kostenstelle“ – „muss gemacht werden“
- D. Ein wichtiger Bereich in unserem Unternehmen

0% 0% 0% 0%

Ein eigenständiger Ber...

Angeschlossen (unterg...

„Eine weitere Kostenste...

Ein wichtiger Bereich ..

Gutes braucht nicht viel – nur das Richtige.