



Die 5 Erfolgsfaktoren zur erfolgreichen Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister

Erfolgreiches Contactcenter
5. November 2013

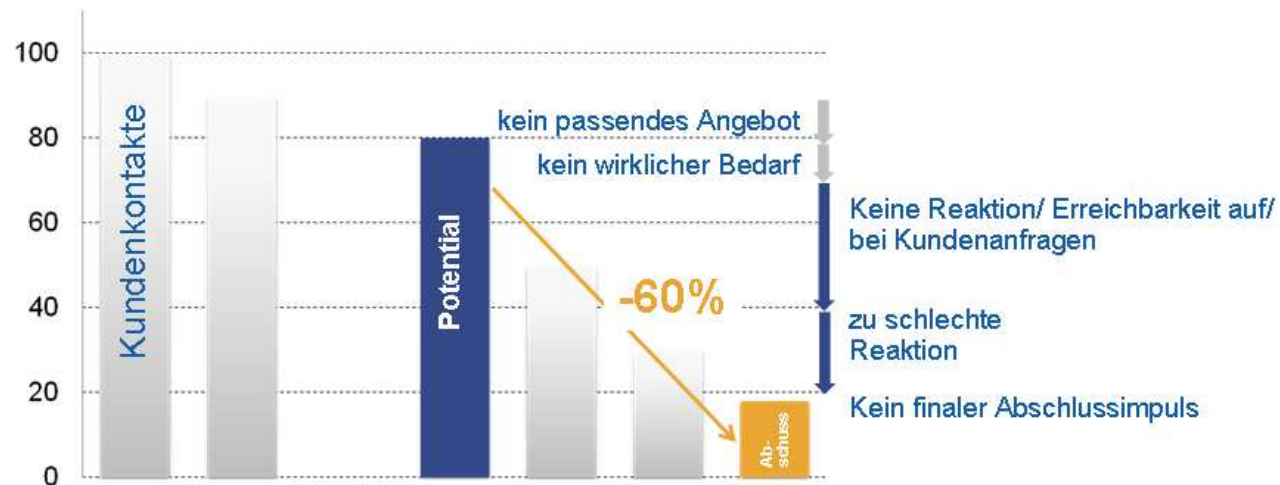
Günther Seitz



12,2 Mrd. Euro büßen Unternehmen jährlich durch schlechten Kundenservice ein!

i Jeder Kundenkontakt ist der Wichtigste!

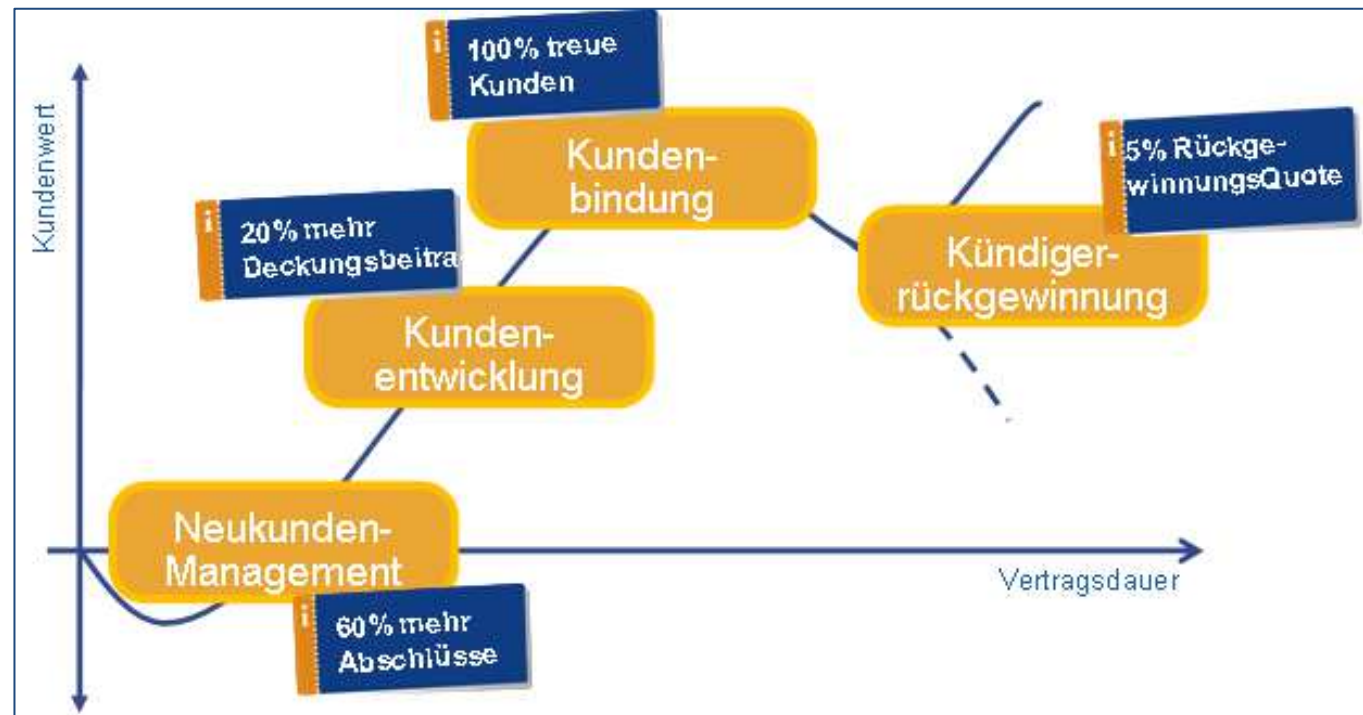
Potenzialausschöpfung Banken - Fakten



Qualität im Kundenservice entscheidet über den zukünftigen Unternehmenserfolg



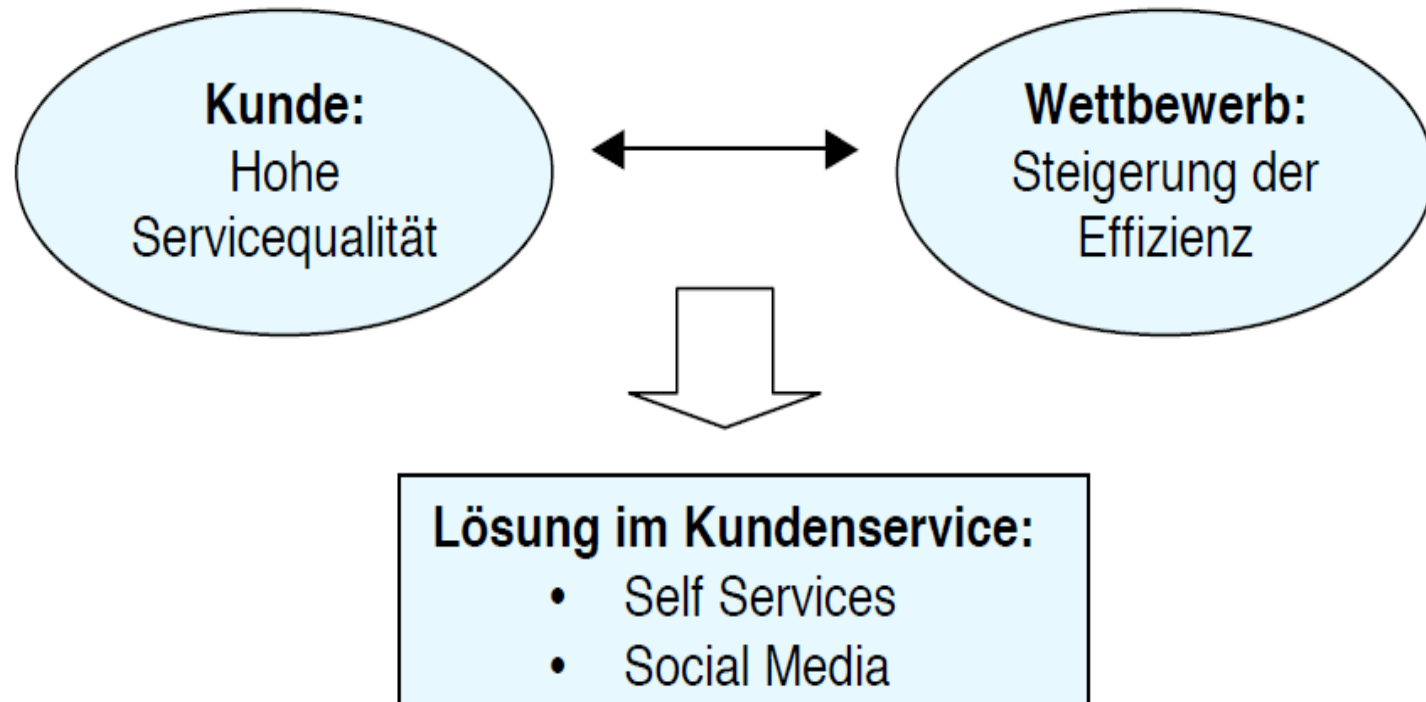
Herausforderungen im Kundenmanagement



Deckungsbeitragsoptimierter Kundenservice



Trend: Der Kunde erhält mehr Selbstverantwortung





Trend: One-To-One vs. Many-To-Many

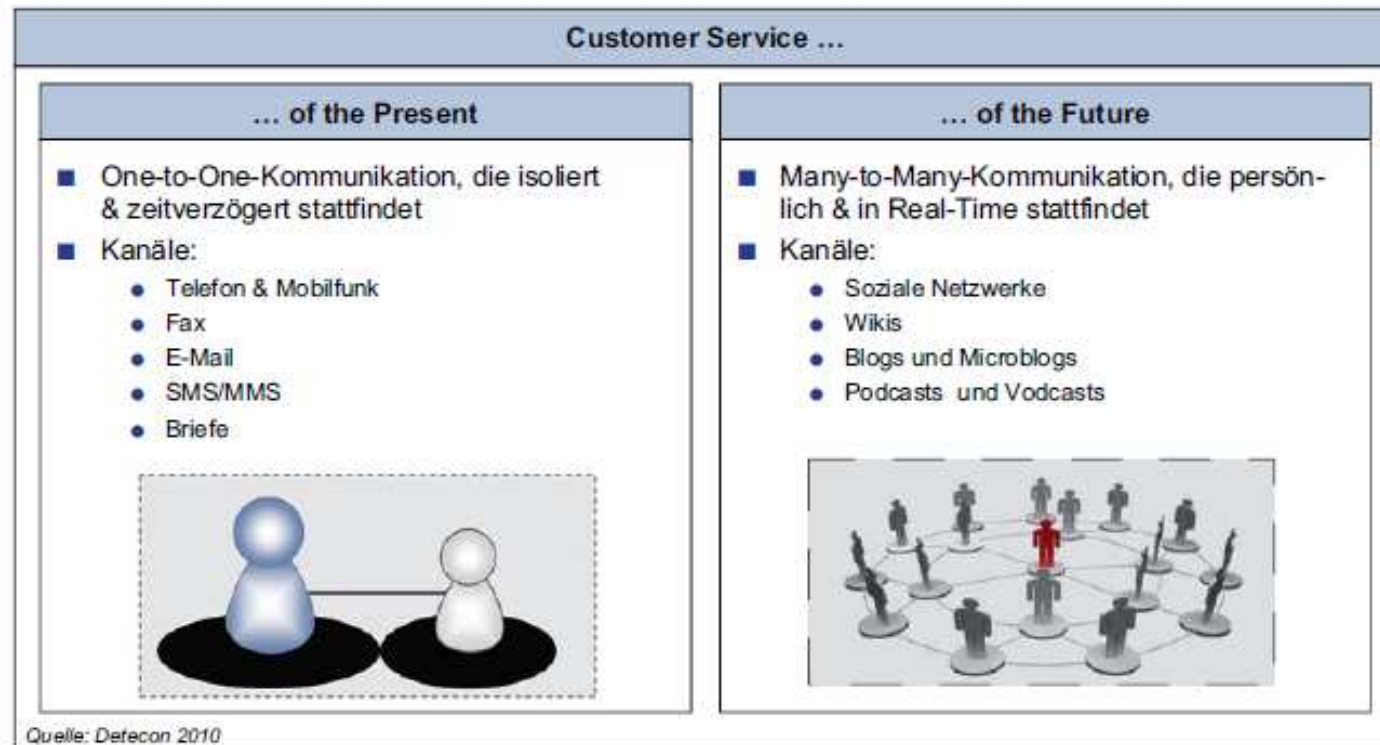


Abbildung 18: Die Entwicklung von „One-to-One-Kommunikation“ zu „Many-to-Many-Kommunikation“ über Social Media



Wer One-To-One beherrscht, wird auch Sieger im Sozialen Netz!



Kundenerwartungen im Kundenservice

Inbound

- Gebührenfrei
- Erreichbar ohne lange Warteschleife
- Kompetenter Mitarbeiter
- Aktuelle Kunden-Daten
- Schnelle Reaktion

E-Mail/ Telefon

Outbound

- 62% der Kunden wollen proaktiv angerufen werden

Bevorzugt Telefon

Berater

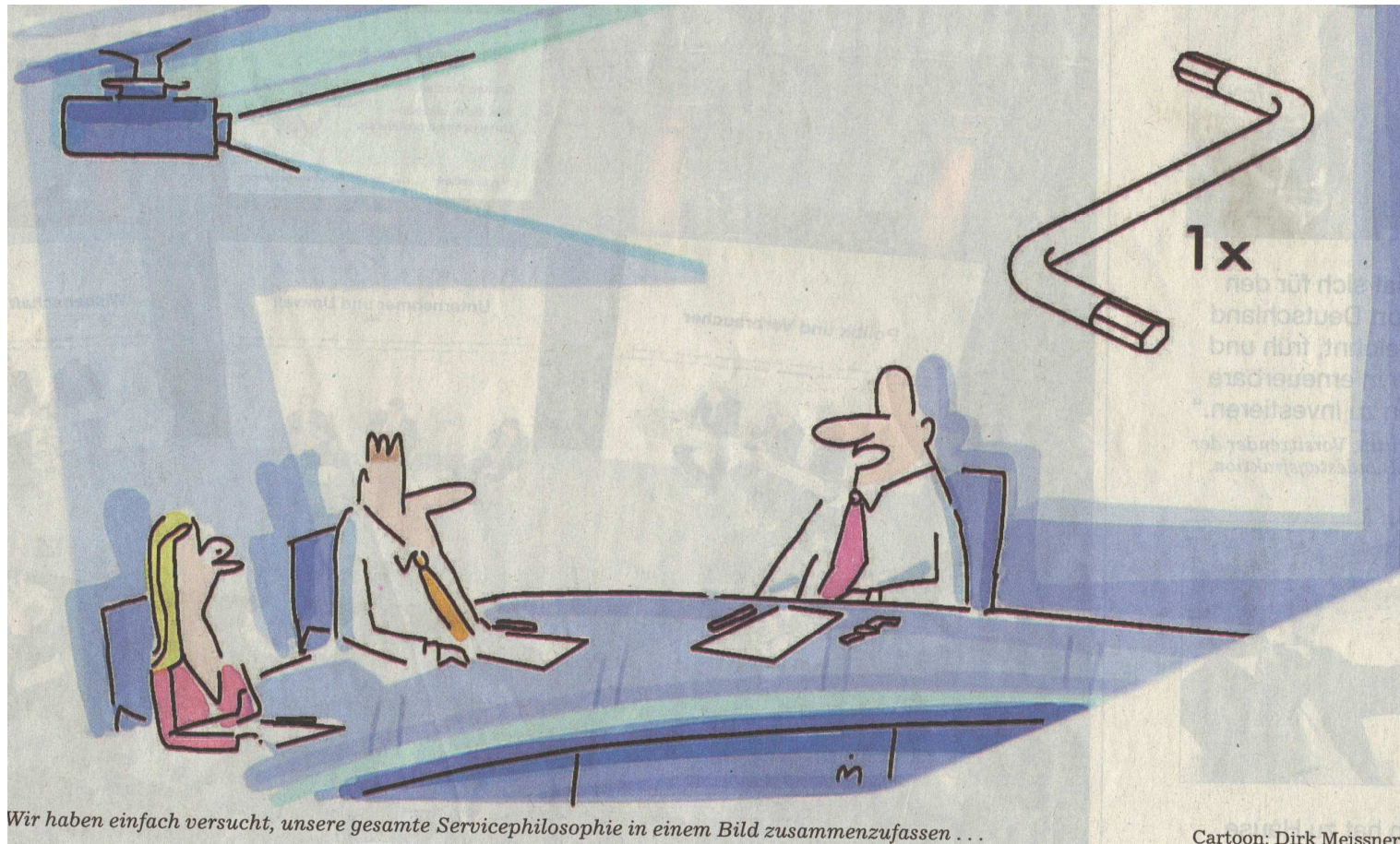
- 95% der Kunden wollen einen persönlichen Berater in der Nähe
- 70% der Online-Nutzer wollen einen Berater in der Nähe

Persönlich

Sofortige Verfügbarkeit der Daten Kanalübergreifend



Welche Philosophie verfolgen Sie im Kundenservice?



Qualitätscheck als Benchmark

15 Jahre Erfahrung über viele Branchen!

| Fragen & Antwortmöglichkeiten | | Erfüllungsgrad | |
|--|---|-----------------|------|
| | | 0 1 2 3 | |
| 20% | Die Qualitätsziele für Ihren Kundenservice sind | | 100% |
| | <ul style="list-style-type: none"> Die Qualitätsziele sind in schriftlicher Form an die Mitarbeiter im Kundenbereich kommuniziert Die Kundenwerte-Bereitschaften-Center werden regelmäßig und für die Mitarbeiter einsehbar Die Qualitätsziele sind in den Kundenbereich einbezogen und die Ziele für die Erreichung der ersten Werte im Kundenbereich Die Qualitätsziele sind in den Kundenbereich einbezogen und die Ziele für die Erreichung der ersten Werte im Kundenbereich Die Qualitätsziele sind in den Kundenbereich einbezogen und die Ziele für die Erreichung der ersten Werte im Kundenbereich | | |
| | Die Anforderungen und Rahmungsparameter für den Kundenservice sind quantifiziert (z.B. v. Servicezeit und Erreichbarkeit) (Erfüllungsgrad: 0-3) | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Die Qualitätsziele sind in schriftlicher Form an die Mitarbeiter im Kundenbereich kommuniziert Die Kundenwerte-Bereitschaften-Center werden regelmäßig und für die Mitarbeiter einsehbar Die Qualitätsziele sind in den Kundenbereich einbezogen und die Ziele für die Erreichung der ersten Werte im Kundenbereich Die Qualitätsziele sind in den Kundenbereich einbezogen und die Ziele für die Erreichung der ersten Werte im Kundenbereich Die Qualitätsziele sind in den Kundenbereich einbezogen und die Ziele für die Erreichung der ersten Werte im Kundenbereich | | |
| 10% | Die technischen Voraussetzungen sind vorhanden und implementiert: | | 100% |
| | <ul style="list-style-type: none"> Die technischen Voraussetzungen sind vorhanden und implementiert Die technischen Voraussetzungen sind vorhanden und implementiert Die technischen Voraussetzungen sind vorhanden und implementiert Die technischen Voraussetzungen sind vorhanden und implementiert | | |
| | Die technische Infrastruktur wird abgesichert durch: | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Die technische Infrastruktur wird abgesichert durch Die technische Infrastruktur wird abgesichert durch Die technische Infrastruktur wird abgesichert durch Die technische Infrastruktur wird abgesichert durch | | |
| 10% | Für die Sicherstellung der Erreichbarkeit: | | 100% |
| | <ul style="list-style-type: none"> Für die Sicherstellung der Erreichbarkeit Für die Sicherstellung der Erreichbarkeit Für die Sicherstellung der Erreichbarkeit Für die Sicherstellung der Erreichbarkeit | | |
| | Auswahl der Mitarbeiter: | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Auswahl der Mitarbeiter Auswahl der Mitarbeiter Auswahl der Mitarbeiter Auswahl der Mitarbeiter | | |
| 10% | Einrichtung und Training der Mitarbeiter: | | 100% |
| | <ul style="list-style-type: none"> Einrichtung und Training der Mitarbeiter Einrichtung und Training der Mitarbeiter Einrichtung und Training der Mitarbeiter Einrichtung und Training der Mitarbeiter | | |
| | Im Rahmen des Qualitätsmanagements gibt es definierte Verantwortliche für: | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Im Rahmen des Qualitätsmanagements gibt es definierte Verantwortliche für Im Rahmen des Qualitätsmanagements gibt es definierte Verantwortliche für Im Rahmen des Qualitätsmanagements gibt es definierte Verantwortliche für Im Rahmen des Qualitätsmanagements gibt es definierte Verantwortliche für | | |
| 20% | Die Messergebnisse: | | 100% |
| | <ul style="list-style-type: none"> Die Messergebnisse Die Messergebnisse Die Messergebnisse Die Messergebnisse | | |
| | Im Rahmen des Informations-, Prozess- und Risikomanagements werden: | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Im Rahmen des Informations-, Prozess- und Risikomanagements werden Im Rahmen des Informations-, Prozess- und Risikomanagements werden Im Rahmen des Informations-, Prozess- und Risikomanagements werden Im Rahmen des Informations-, Prozess- und Risikomanagements werden | | |
| 20% | Feedbackverfahren: | | 100% |
| | <ul style="list-style-type: none"> Feedbackverfahren Feedbackverfahren Feedbackverfahren Feedbackverfahren | | |
| | Nachhaltigkeit: | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Nachhaltigkeit Nachhaltigkeit Nachhaltigkeit Nachhaltigkeit | | |
| <p>Sie sind in der Lage, Ihre Kunden durch den professionellen Kundenservice zu binden und verfügen damit über einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.</p> <p>Zur Optimierung des Kundenservice sollten folgende Maßnahmen an den identifizierten Stellen ergriffen werden.</p> <p>Die Kundenwerte-Bereitschaften-Center sind ein zentraler Bestandteil für die Qualität des Kundenservice.</p> | | Bewertungsskala | 100% |
| | | 100 - 80 % | |
| | | 80 - 60 % | |
| | | 60 - 40 % | |



5 Erfolgsfaktoren





Erfolgsfaktor 1: Klare Ziele/ Prozesse als Basis

**"Wer nicht weiß, in
welchen Hafen er
segeln will, für den ist
kein Wind der
richtige"**

SENECA





Erfolgsfaktor 1: Klare Ziele/ Prozesse als Basis

(Qualitäts-) Ziele formulieren

Auftraggeber bestimmt die Qualität:

- Service-Level
- Erreichbarkeit
- Nettokontaktquote
- Terminierungsquote
- Durchlaufzeiten
- Fallabschlussquote
- Inhaltliche Qualität
 - Fehlerfreiheit
 - Fachliche Tiefe



Mögliche Ziele Outbound



Beispiel Ziele Inbound





Erfolgsfaktor 1: Auszug Checkliste

Die Qualitätsziele für Ihren Kundenservice sind

- a) in mündlicher Form an die Mitarbeiter im Kundenservice kommuniziert.
- b) im Kundenservice-Bereich/Service-Center schriftlich festgehalten und für die Mitarbeiter einsehbar.
- c) durch den verantwortlichen Bereich detailliert erfasst und die Basis für die Einordnung der erzielten Werte im Kundenservice.
- d) als wesentlicher Baustein des Geschäftserfolges definiert und im Rahmen einer Vision/Zielsetzung formuliert und in der Unternehmenskultur verankert.

Die Anforderungen und Rahmenparameter für den Kundenservice sind quantifiziert i.S.v.

- a) Service-Level und Erreichbarkeit (Inbound) bzw. Terminvereinbarungs-/Kontaktquoten (Outbound).
- b) Service-Zeiten.
- c) Kontaktaufkommen (Anrufvolumen/ BO Mengen).
- d) definierten (Durchlauf-) Zeiten für verschiedene Geschäftsprozesse.



Erfolgsfaktor 2: Voraussetzungen schaffen

4 operative Säulen der Qualität

Mitarbeiter(-auswahl)

Einarbeitung und Training

Technik

Kapazitätsplanung





Erfolgsfaktor 2: Voraussetzungen schaffen





Erfolgsfaktor 2: Auszug Checkliste

Die technischen Voraussetzungen sind vorhanden und implementiert:

- a) leistungsfähige Telefonanlage und Dokumenten-Management-System (DMS)
- b) Schnittstellenkompatibilität der Systeme mit Auftraggebersystem

Die technische Infrastruktur wird abgesichert durch

- a) regelmäßige Firewall- und Penetrationstests.
- b) die Nutzung von verschiedenen Systemüberwachungs-tools.
- c) regelmäßige IT-Audits.
- d) Bereitstellung von zwei räumlich getrennten und in „Echtzeit“ gespiegelten Rechenzentren und dadurch redundante Auslagerung sämtlicher erfolgskritischer Systemkomponenten.

Für die Sicherstellung der Erreichbarkeit

- a) wurde anhand des regelmäßigen Kundenkontaktaufkommens die notwendige Anzahl der Mitarbeiter ermittelt.
- b) wurde die notwendige Anzahl der Mitarbeiter im Kundenservice durch eigene oder externe Ressourcen bereitgestellt.
- c) wurde eine Einsatzplanung für die Mitarbeiter erstellt.
- d) können bei erhöhtem Kundenkontaktaufkommen die eigenen Mitarbeiter-Ressourcen aufgestockt oder durch externe Unterstützung verstärkt werden.

Auswahl der Mitarbeiter

- a) Bei der Auswahl der Mitarbeiter für den Kundenservice wird auf fundierte PC-Anwenderkenntnisse geachtet.
- b) Bei der Auswahl der Mitarbeiter für den Kundenservice wird auf gute mündliche und schriftliche Kommunikationsfähigkeit geachtet.
- c) Bei der Auswahl der Mitarbeiter für den Kundenservice wird auf hohes Dienstleistungs- und Beratungsverständnis sowie auf freundliches und selbstbewusstes Auftreten geachtet.
- d) Bei der Auswahl der Mitarbeiter werden durch Assessment-Center Verfahren die persönlichen Voraussetzungen getestet und bewertet.

Einarbeitung und Training der Mitarbeiter

- a) Zur Einarbeitung der Mitarbeiter stehen Pläne zur Verfügung.
- b) Zur Einarbeitung der Mitarbeiter stehen Schulungsunterlagen (bspw. Produktinformationen, Gesprächsleitfäden, Arbeitsanweisungen, Prozessbeschreibungen) zur Verfügung.
- c) Auch nach der Einarbeitung der Mitarbeiter steht ein eigener Trainerstab zur Weiterentwicklung der Mitarbeiter zur Verfügung.
- d) Das Training und die Einarbeitung der Mitarbeiter wird regelmäßig optimiert und nachhalten (neue Inhalte/Produktinformationen etc.)



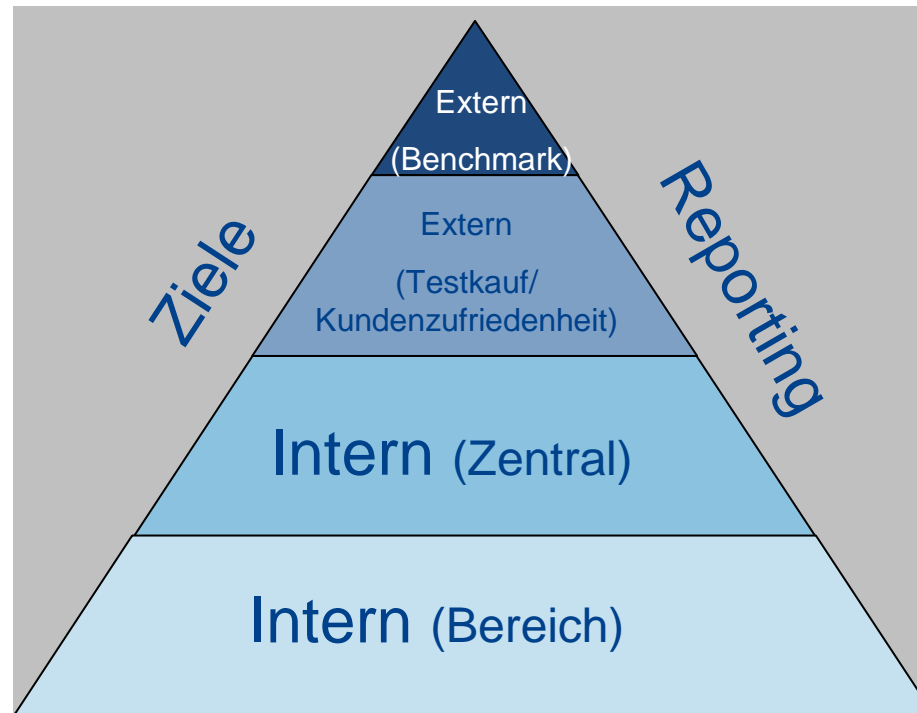
Erfolgsfaktor 3: Dauerhafte Qualität durch Messung/ Reporting





Erfolgsfaktor 3: Dauerhafte Qualität durch Messung/ Reporting

4 Eckpunkte der Messung





Erfolgsfaktor 3: Auszug Checkliste

Im Rahmen des Qualitätsmanagements gibt es definierte Verantwortliche für

- a) Qualitätsmessung
- b) Informationsmanagement
- c) Prozessmanagement
- d) Risikomanagement

Die Qualitätsmessung erfolgt durch

- a) Stichprobenziehung (z.B. Back-Office)
- b) Gesprächsaufzeichnung
- c) Mystery Calls
- d) Kundenzufriedenheitsbefragung

Die Messergebnisse

- a) von allen Mitarbeitern im Kundenservice/ Service-Center werden dokumentiert.
- b) und Stichproben werden anhand eines Bewertungsbogens (definierte Kriterien für den Ablauf und Inhalt eines Kundengesprächs sowie für den Schriftverkehr mit Kunden) analysiert und ausgewertet.
- c) werden an die Geschäftsführung bzw. die verantwortlichen Stellen reportet.
- d) dienen der Ableitung von geeigneten Maßnahmen zur Erreichung der gesetzten Ziele.

Im Rahmen des Informations-, Prozess- und Risikomanagements werden

- b) Geschäftsprozesse entsprechend neuer Angebote, Produkte etc. laufend angepasst.
- a) Geschäftsprozesse kontinuierlich überprüft und ggf. optimiert.
- c) Prozessinformationen in einer Wissensdatenbank für die Mitarbeiter bereitgestellt und nachgehalten.
- d) potentielle Risiken im Kundenservice identifiziert, bewertet und Lösungsansätze wie bspw. die Einbindung von externen Partner zur Überlaufbearbeitung bei erhöhtem Anrufvolumen definiert.



Erfolgsfaktor 4: Nachhaltigkeit durch Verbindlichkeit



„Einen Fehler zu begehen, und sich nicht zu verändern, dass erst heißt, einen Fehler zu begehen“

(chinesisches Sprichwort)



Erfolgsfaktor 4: Nachhaltigkeit durch Verbindlichkeit

Fordern und Fördern

Erfolgsabhängige
Vergütung

Training und Coaching

Prozessoptimierung

Zielüberprüfung





Erfolgsfaktor 4: Nachhaltigkeit durch Verbindlichkeit

Feedbackverfahren

- a) Stichproben werden den Mitarbeitern zum Nachvollziehen der eigenen Leistung zur Verfügung gestellt.
- b) Das Ergebnis der Stichprobenauswertung wird jedem einzelnen Mitarbeiter kommuniziert und ggf. Optimierungspotentiale aufgezeigt.
- c) Im Rahmen der Mitarbeiterentwicklung wird mit Mitarbeitern ein Maßnahmenplan zur Verbesserung der Leistung erarbeitet.
- d) Zur Verbesserung der Leistung werden die erarbeiteten Maßnahmen wie bspw. Coachings durchgeführt.

Nachhaltigkeit

- a) Nach Ablauf eines bestimmten Zeitraumes wird die Qualität des Mitarbeiters erneut gemessen und bewertet (Stichproben-Kreislauf)
- b) Das Qualitätsniveau im Kundenservice wird durch regelmäßige Soll-Ist Vergleiche den definierten Qualitätszielen entsprechend angehoben und verbessert.
- c) Begleitend für die dauerhafte Sicherung der Qualität werden entsprechende Anreizsysteme wie bspw. eine leistungsbezogene Vergütung entwickelt und implementiert.
- d) Das Bewusstsein für den Stellenwert von Qualität im Kundenservice wird im gesamten Unternehmen geschärft und als grundlegender Baustein zum Unternehmenserfolg fixiert



Erfolgsfaktor 5: Projektmanagement

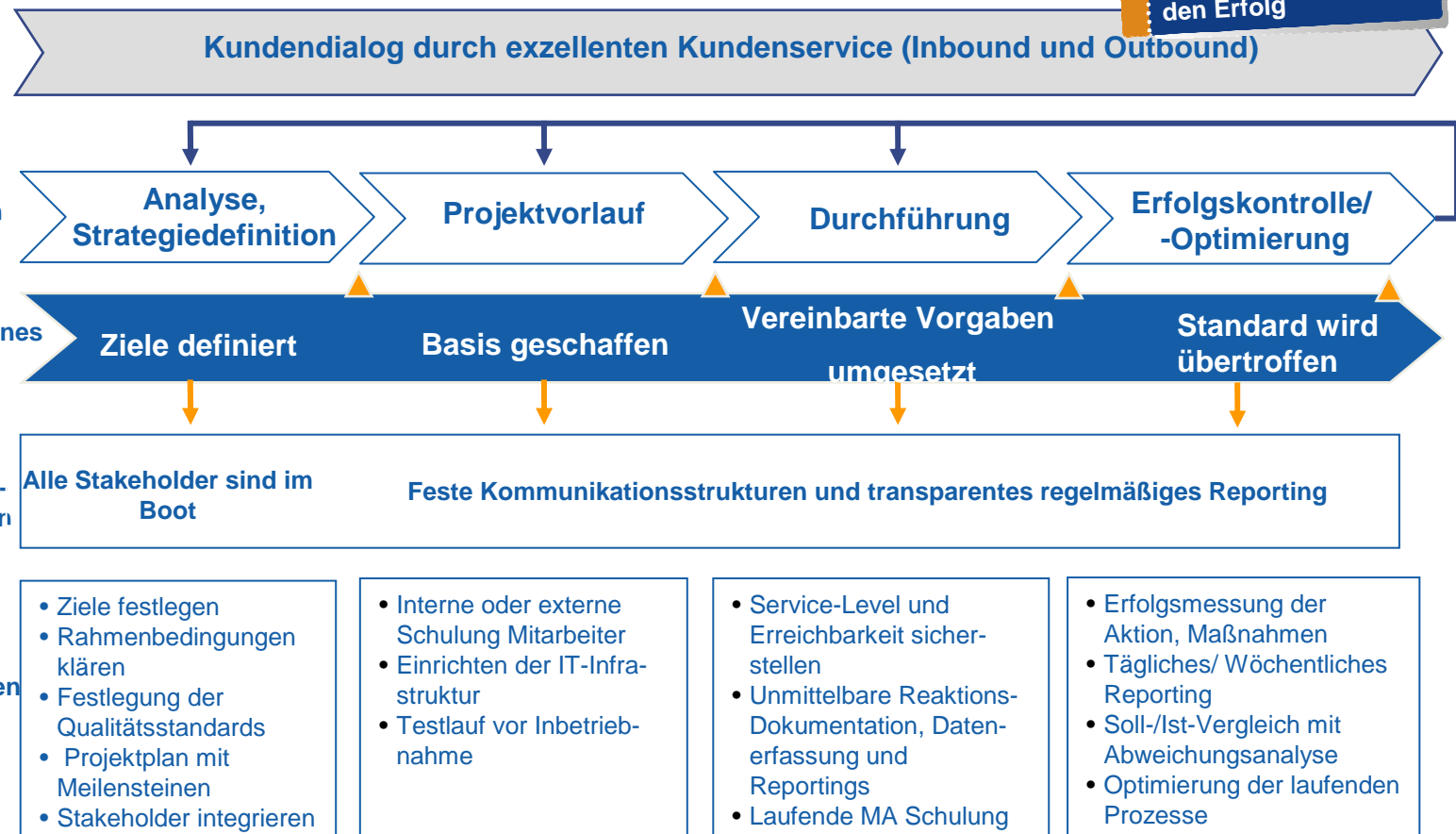


Professionelles
Projektmanagement ist die
Basis für die Zielerreichung in
allen komplexen
Organisationen!



Erfolgsfaktor 5: Professionelles Projektmanagement

i Checklisten für jede Phase + Risikomatrix sichern den Erfolg





Ich freue mich auf den Dialog mit Ihnen:



Günther Seitz

Dipl. - Betriebswirt

Direktmarketingfachwirt BAW

Bereichsleiter Marketing und Vertrieb

CommuniGate Kommunikationsservice GmbH

Tel.: +49 (0) 851/9512-153

Mobil +49 (0) 171-88 20 300

E-Mail: guenther.seitz@communigate.org

Internet: www.communigate.org