



[www.service-excellence-cockpit.org](http://www.service-excellence-cockpit.org)

## Fragen 2018



Zürich, Dezember 2017

## Die Inhaltsblöcke orientieren sich an der Europäischen Qualitätsnorm für Service Centers (EN 15838)



### Inhalt

#### Allgemein



KPIs zu Standort, Sprachen, Art des Service, Öffnungszeiten und Zielen

#### Qualität



PKIs zu Zertifikaten, Prozess und Qualitätsmanagement

#### Prozesse / Technologie



KPIs zu eingesetzten Kanälen je Prozess, mit Volumina. Toolunterstützung wie Personaleinsatzplanung und Lastenausgleich, IVR, Spracherkennung, KI, etc.

#### Mitarbeiter



KPIs zu Anzahl und Struktur der Mitarbeiter, Anstellungsverhältnis, Salär, Rekrutierung, Ausbildung, Entwicklung, Fluktuation, Mitarbeiterbeurteilung und Mitarbeiterzufriedenheit

#### Effizienz



KPIs zum Service Level, First Contact Resolution, Einsatz von Self Service, Outsourcing und Kosten

#### Kunden



KPIs zur Kundenzufriedenheit Reklamationsmanagement und Kundenbindung



## Allgemeine Fragen 1



1	In welchem Land befindet sich Ihr Service Center?	<input type="checkbox"/> Schweiz <input type="checkbox"/> Deutschland <input type="checkbox"/> Österreich <input type="checkbox"/> Spanien	<input type="checkbox"/> Italien <input type="checkbox"/> Frankreich <input type="checkbox"/> Grossbritannien <input type="checkbox"/> .....
2	Wie verteilen sich Ihre Kontakte auf die folgenden Geschäftsfelder bzw. Dienstleistungen?	<input type="checkbox"/> Allgemeiner Kundenservice	.... % Information .... % Bestellungen .... % Administration .... % Beschwerden .... % Kündigungen
		<input type="checkbox"/> Assistance / Schaden / Leistungen	.... % Verkehrs- & Touristische Assistance .... % Medizinische & Juristische Assistance .... % Leistungs- & Schadenservices
		<input type="checkbox"/> Helpdesk	.... % Technischer Helpdesk für Kunden .... % Interner Helpdesk für Mitarbeiter
		<input type="checkbox"/> Outbound / Kampagnen	.... % Kundenbindung / Kundeninformation .... % Kundenbefragung .... % Retention .... % Up- und Cross Selling .... % Neukundenakquisition

2018

3



## Allgemeine Fragen 2



3	Wie verteilt sich das Kontaktvolumen auf Ihre Kundengruppen?	.... % Geschäftskunden (B2B) .... % Endkunden (B2C) .... % Interne Kunden	
4	Welche Sprachen bieten Sie offiziell in Ihrem Service Center an?	<input type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch	<input type="checkbox"/> Rätoromanisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Serbokroatisch <input type="checkbox"/> Türkisch <input type="checkbox"/> .....
5	Um was für ein Service Center handelt es sich?	<input type="checkbox"/> Inhouse CCC <input type="checkbox"/> Dienstleister	
6	Welche Öffnungszeiten bieten Sie in Ihrem Service Center an?	<input type="checkbox"/> Montag - Freitag, 8.00 - 17.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Freitag, erweiterte Servicezeiten bis 20.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Freitag, erweiterte Servicezeiten bis 22.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Freitag, 24 Stunden <input type="checkbox"/> Montag - Samstag, 8.00 - 17.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Samstag, erweiterte Servicezeiten <input type="checkbox"/> Montag - Sonntag, erweiterte Servicezeiten <input type="checkbox"/> Montag - Sonntag, 24 Stunden	

2018

4



## Allgemeine Fragen 3



- 
- 7 Beurteilen Sie die Bedeutung der folgenden Ziele für Ihr Service Center:
- Kundenzufriedenheit erhöhen .....
  - Effizienz steigern .....
  - Prozesse / Technologie optimieren .....
  - Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen .....
  - Qualität erhöhen .....

*Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig*

- 
- 8 Wie beurteilen Sie die strategische Bedeutung des Service Centers in ihrem Unternehmen?
- Vor 5 Jahren
  - Heute
  - In 5 Jahren

*Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig*

---



## Fragen zu Prozesse / Technologie 1



- 
- 10 Welche der folgenden Kanäle bieten Sie aktuell Ihren Kunden zur Kontaktaufnahme an?
- |                                  |  |                                       |
|----------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> SMS, MMS          | <input type="checkbox"/> Web Formular |
| <input type="checkbox"/> Brief   | <input type="checkbox"/> Messenger Dienste | <input type="checkbox"/> Web-Portal   |
| <input type="checkbox"/> E-Mail  | <input type="checkbox"/> Chat              | <input type="checkbox"/> Video        |
| <input type="checkbox"/> Fax     |  | <input type="checkbox"/> Sonstige     |
-



## Fragen zu Prozesse / Technologie 2 (Sprach- und Videokanal)



<b>Telefon / ...</b>		<b>(analog für Video)</b>			
11a	Wie viele Anrufe erhalten Sie durchschnittlich im Service Center pro Monat?	.... Anzahl Anrufe			
12a	Wie lange beträgt die durchschnittliche Bearbeitungszeit im Telefon-Kanal (inkl. Nachbearbeitungszeit)?	.... Minuten .... Sekunden			
13a	Wie hoch ist das effektive, jahres-durchschnittliche Servicelevel (SL)?	.... Prozent .... Tage	.... Stunden	.... Minuten	.... Sekunden
14a	Wie hoch ist das angestrebte Servicelevel?	.... Prozent .... Tage	.... Stunden	.... Minuten	.... Sekunden
15a	Wie oft wird das angestrebte Servicelevel eingehalten?	.....			
<i>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft - immer</i>					
16a	Wie hoch ist die First Contact Resolution (FCR) im Telefon-Kanal?	.... %			
17a	Wie hoch ist der Prozentsatz der Kontakte, die abgebrochen werden, bevor sie durch einen Mitarbeitenden beantwortet werden?	.... %			
18a	Bei welchem Prozentsatz der eingehenden Kontakte werden am Schluss des Kontaktes die folgenden Aktivitäten initiiert:	....% Kundenbindung / Loyalitätsprogramm ....% Up- und Cross-Selling ....% Information & Administration ....% Spezialaktion mit „wow“-Effekt			
19a	Wie verteilen sich die ein- und ausgehenden Anrufe? ( <i>Total muss 100% ergeben.</i> )	....% eingehend ....% ausgehend			

2018

7



## Fragen zu Prozesse / Technologie 3 (Schriftkanal)



<b>Brief / ...</b>		<b>(analog für alle Schriftkanäle)</b>			
11b	Wie viele Briefe erhalten Sie durchschnittlich im Service Center pro Monat (ohne Werbebriefe) ?	.... Anzahl Briefe			
12b	Wie lange beträgt die durchschnittliche Bearbeitungszeit im Brief-Kanal (inkl. Nachbearbeitungszeit)?	.... Minuten .... Sekunden			
13b	Wie hoch ist das effektive, jahres-durchschnittliche Servicelevel (SL)?	.... Prozent .... Tage	.... Stunden	.... Minuten	.... Sekunden
14b	Wie hoch ist das angestrebte Servicelevel?	.... Prozent .... Tage	.... Stunden	.... Minuten	.... Sekunden
15b	Wie oft wird das angestrebte Servicelevel eingehalten?	.....			
<i>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft - immer</i>					
16b	Wie hoch ist die First Contact Resolution (FCR) im Brief-Kanal?	.... %			
18b	Bei welchem Prozentsatz der eingehenden Kontakte werden am Schluss des Kontaktes die folgenden Aktivitäten initiiert:	....% Kundenbindung / Loyalitätsprogramm ....% Up- und Cross-Selling ....% Information & Administration ....% Spezialaktion mit „wow“-Effekt			
19b	Wie verteilen sich die ein- und ausgehenden Briefe? ( <i>Total muss 100% ergeben.</i> )	....% eingehend ....% ausgehend			

2018

8



## Fragen zu Prozesse / Technologie 4



20	Welche zusätzlichen Kanäle planen Sie zukünftig Ihren Kunden zur Kontaktaufnahme anzubieten?	<input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Brief <input type="checkbox"/> E-Mail <input type="checkbox"/> Fax	<input type="checkbox"/> SMS, MMS <input type="checkbox"/> Messenger Dienste <input type="checkbox"/> Chat	<input type="checkbox"/> Web Formular <input type="checkbox"/> Web-Portal <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Sonstige
21a	Verfolgen Sie die Kommunikation über Ihr Unternehmen auf den folgenden Plattformen?	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Kundenforum	<input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Google+	<input type="checkbox"/> Sonstige <input type="checkbox"/> Keine
21b	Über welche Social Media Plattformen kommunizieren Sie aktiv mit ihren Kunden?	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Kundenforum	<input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Google+	<input type="checkbox"/> Sonstige <input type="checkbox"/> Keine
22	Verwenden Sie ein Voice Portal oder Interactive Voice Response (IVR)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet	
23	Verwenden Sie ein Spracherkennungstools?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet	
24	Welche Technologien setzen Sie wie häufig zur Unterstützung der Sprachkommunikation ein?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anrufidentifikation / CTI .....</li> <li>• Aufgezeichnete Begrüssung .....</li> <li>• Rückruftermin vereinbaren .....</li> <li>• Stimmabdruck / Sprachidentifikation .....</li> <li>• Optische Identifikation (nur Video) .....</li> <li>• Sprachanalyse zu Emotionen etc. ....</li> <li>• Fähigkeitsbasiertes Routing .....</li> <li>• Priorisierung von Anrufen .....</li> <li>• Speech to Text conversion .....</li> <li>• Dialog-Skripte .....</li> </ul>		

Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer



## Fragen zu Prozesse / Technologie 5



25	Verwenden Sie Texterkennungstools?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
26	Welche Technologien setzen Sie zur Unterstützung der schriftlichen Kommunikation ein?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhaltsanalyse für Kontaktrouting .....</li> <li>• Extrahieren von relevanten Daten .....</li> <li>• Relevante Textbausteine automatisch zur Verfügung stellen .....</li> <li>• Vollautomatische Antwort (z.B. E-Mail Response System) .....</li> </ul>	
<p>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer</p>			
27a	Haben Sie dedizierte Personaleinsatzplanungstools im Einsatz?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
27b	Für welche Kanäle planen Sie den Einsatz Ihrer Mitarbeitenden basierend auf den erwartend Kontaktvolumen?	<input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Brief <input type="checkbox"/> E-Mail <input type="checkbox"/> Fax	<input type="checkbox"/> SMS, MMS <input type="checkbox"/> Messenger Dienste <input type="checkbox"/> Chat <input type="checkbox"/> Web Formular <input type="checkbox"/> Web-Portal <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Sonstige
28	Findet ein integrierter Lastenausgleich statt, um die Ressourcen optimal zu allozieren und das Service Level zu maximieren?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
29	Wie wichtig sind die folgenden Prozessoptimierungen in Ihrem Service Center?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozesse vereinfachen .....</li> <li>• Anzahl der Prozesse reduzieren .....</li> <li>• (Teil-)Prozesse automatisieren .....</li> <li>• Prozesse zu Self-Services transformieren .....</li> <li>• Prozessintegration zwischen Service Center und Backoffice optimieren .....</li> </ul>	

Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig



## Fragen zu Prozesse / Technologie 6



- |    |   |   |
|----|---|---|
| 30 | Nutzen Sie in Ihrem Service Center künstliche Intelligenz für ... | <ul style="list-style-type: none"> <li>• qualifizieren von Kontakten .....</li> <li>• Vorschläge / Empfehlungen für Mitarbeiter .....</li> <li>• Vorschläge / Empfehlungen für Kunden .....</li> <li>• Optimieren von Prozessschritten .....</li> <li>• Self Service Anwendungen .....</li> </ul> |
|----|---|---|

*Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer*

- |    |  |   |
|----|--|---|
| 31 | Welche kanalübergreifenden Technologien setzen Sie wie häufig zur Unterstützung Ihres Service Centers ein? | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentrales Routing / Universal Queuing .....</li> <li>• Trouble-Ticket System .....</li> <li>• Operatives CRM (z.B. Workflow-System) .....</li> <li>• Wissensdatenbank .....</li> <li>• Analytisches CRM (z.B. Data Warehouse System, Business Intelligence) .....</li> </ul> |
|----|--|---|

*Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer*



## Fragen zu Prozesse / Technologie 7 (Nur abgefragt wenn Outboundanteil >= 50%)



### Telefon

- |       |   |   |
|-------|---|---|
| 29a   | Wie viele Outbound Anrufe tätigen Sie durchschnittlich pro Monat?                             | .... Anzahl Anrufe  |
| 30a   | Wie lange beträgt die durchschnittliche Gesprächsdauer (inkl. Vor- und Nachbearbeitungszeit)? | .... Minuten<br>.... Sekunden   |
| 31a   | Wie hoch ist die Brutto Kontaktrate?  | .... Prozent  |
| <hr/> |   |   |
| 33a   | Wie hoch ist die Netto Kontaktrate (Net contact score)?                                       | .... Prozent  |
| 34a   | Wie ist die Lead Conversion Rate?   | .... Prozent  |
| <hr/> |   |   |
| 35    | Wann ist die beste Erreichbarkeit?  | <input type="checkbox"/> Vor 08:00 Uhr<br><input type="checkbox"/> Vormittag 08:00 – 11:00 Uhr<br><input type="checkbox"/> Mittag 11:00 – 14:00 Uhr<br><input type="checkbox"/> Nachmittag 14:00 – 17:00 Uhr<br><input type="checkbox"/> Abend 17:00 – 20:00 Uhr<br><input type="checkbox"/> Nach 20:00 Uhr |



## Fragen zu Prozesse / Technologie 8 (Nur abgefragt wenn Outboundanteil $\geq$ 50%)



### Email

29b	Wie viele outbound Emails versenden Sie durchschnittlich pro Monat?	.... Anzahl Emails
31b	Wie hoch ist die Brutto Kontaktrate (100% - Bounce rate)?	.... Prozent
32b	Wie hoch ist die „Click-Rate“ (Email click through rate)?	.... Prozent
33b	Wie hoch ist die Response Rate?	.... Prozent
34b	Wie ist die Lead Conversion Rate?	.... Prozent



## Fragen zu Prozesse / Technologie 9 (Nur abgefragt wenn Outboundanteil $\geq$ 50%)



### Brief / Flyer / Coupons / etc.

29c	Wie viele Schriftstücke versenden Sie durchschnittlich pro Monat?	.... Anzahl Schriftstücke
31c	Wie hoch ist die Brutto Kontakt Rate?	.... Prozent
33c	Wie hoch ist die Response Rate?	.... Prozent
34c	Wie ist die Lead Conversion Rate?	.... Prozent



## Fragen zu Prozesse / Technologie 10 (Nur abgefragt wenn Outboundanteil >= 50%)

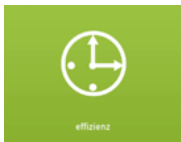


36a	Welchen Anteil aller Outbound Kampagnen machen folgende Varianten aus?	....% ....% ....% ....%	Telefonkampagnen Emaillkampagnen Briefkampagnen Kombinierte Kampagnen
36b	Welche Kombinationen realisieren Sie wie häufig in %?	....% ....% ....% ....%	Telefon - Brief Telefon - Email Brief - Email Telefon - Brief - Email
36c	Setzen Sie auch Kampagnen in Social Media Plattformen ein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
37	Welche Technologien setzen Sie zur Unterstützung der Outbound Aktivitäten ein?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampagnen Management System</li> <li>• Power Dialer</li> <li>• Predictive Dialer</li> <li>• Preview Dialer</li> <li>• Email / Newsletter Tool</li> <li>• Print- und Verpackungsstrasse</li> </ul>	

Skala: ja – nein – geplant – früher eingesetzt

2018

15



## Fragen zu Effizienz 1



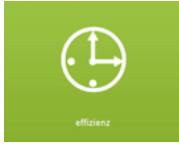
40	Setzen Sie Self-Services ein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
41	Welche Self-Services setzen Sie wie oft ein?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactive Voice Response (IVR) .....</li> <li>• Spracherkennung (ASR) .....</li> <li>• Web-Formular .....</li> <li>• Kunden-/mitgliederportal .....</li> <li>• App .....</li> <li>• SMS / Kurznachrichten .....</li> <li>• Chatbot .....</li> <li>• Kundencommunity .....</li> </ul>	
<i>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer</i>			
42	Was sind die Treiber für Self-Services in Ihrem Service Center?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenzufriedenheit steigern durch Mehrkanalverfügbarkeit .....</li> <li>• Kundenzufriedenheit steigern durch Verringerung der Wartezeiten .....</li> <li>• Mitarbeiterzufriedenheit steigern durch Reduktion von einfachen Fällen .....</li> <li>• Zusätzliche Kapazität nutzen für verkaufssteigernde Aktivitäten .....</li> <li>• Kosten senken durch Reduktion von Kontakten mit Mitarbeitenden .....</li> </ul>	

Optionen : Trifft überhaupt nicht zu - Trifft nicht zu - Trifft eher nicht zu – Neutral - Trifft eher zu - Trifft zu - Volltreffer

2018

16





## Fragen zu Effizienz 2

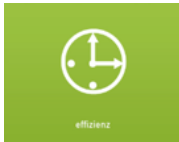


43	Wurden Bereiche des Service Center ausgelagert?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Auslagerung geplant <input type="checkbox"/> Früher ausgelagert
44	Welche Bereiche haben Sie in welchem Umfang ausgelagert und wohin?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information ..... % des Volumens</li> <li>• Bestellungen ..... % des Volumens</li> <li>• Administration ..... % des Volumens</li> <li>• Beschwerden ..... % des Volumens</li> <li>• Kündigungen ..... % des Volumens</li>   <li>• Verkehrs- &amp; Touristische Assistance ..... % des Volumens</li> <li>• Medizinische &amp; Juristische Assistance ..... % des Volumens</li> <li>• Leitungs- &amp; Schadenservices ..... % des Volumens</li>   <li>• Technischer Helpdesk für Kunden ..... % des Volumens</li> <li>• Interner Helpdesk für Mitarbeiter ..... % des Volumens</li>   <li>• Outbound Kampagnen ..... % des Volumens</li> </ul>	

Optionen: nicht ausgelagert - innerhalb des eignen Landes - innerhalb Europa - ausserhalb Europa

2018

17



## Fragen zu Effizienz 3



45	Bewerten Sie die Kriterien für die Outsourcing-Entscheidung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kosteneinsparungen durch erhöhte Flexibilität .....</li> <li>• Kosteneinsparungen durch tiefere Erbringungskosten des Outsourcers .....</li> <li>• Qualitätsverbesserung durch hohe Erfahrungswerte und Zugang zu Best Practice Wissen .....</li> <li>• Qualitätssicherstellung dank Zugang zu Reservekapazitäten .....</li> <li>• Strategische Entscheidung, Nicht-Kernfunktionen auszugliedern .....</li> <li>• Time to Market von Produkten und Dienstleistungen verbessern .....</li> <li>• sonstige: .....</li> </ul>
----	---	---

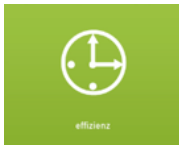
Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig

46	Bewerten Sie die Kriterien gegen die Outsourcing-Entscheidung:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Service Center ist Kernfunktion des Unternehmens .....</li> <li>• Unternehmensentscheid "kein Outsourcing" .....</li> <li>• Unzureichende Kosteneinsparungen .....</li> <li>• Zu grosses Risiko .....</li> <li>• Mangelndes Potential von Drittanbietern .....</li> <li>• Regulatorische Hindernisse (Datenschutz) .....</li> <li>• Know-how Verlust, fehlende Kundennähe .....</li> <li>• Schlechte Erfahrungen .....</li> </ul>
----	--	--

Optionen: Trifft überhaupt nicht zu - Trifft nicht zu - Trifft eher nicht zu – Neutral - Trifft eher zu - Trifft zu - Volltreffer

2018

18



## Fragen zu Effizienz 4



- 
- 47a Wie viele Arbeitsplätze haben Sie in Ihrem Service Center? ... Service Center Seats
- 
- 47b Wie viel Prozent der gesamten Anzahl Arbeitsplätze sind als Heimarbeitsplätze ausgestattet?
- Aktuell .... %
  - Geplant 1-3 Jahre .... %
- 
- 48 Wie ist die Umwandlung von der totalen Arbeitszeit in produktive kundenorientierte Zeit bei den Mitarbeitenden in Ihrem Service Center? (Total muss 100% sein)
- .... % Produktive Kundenzeit (Zeit mit den Kunden)
  - ....% Wartezeit
  - .... % Schulung / Coaching
  - .... % Pausen, Meetings, usw.
  - .... % Abwesenheit wegen Krankheit
  - .... % Sonstige nicht beeinflussbare Abwesenheit
- 
- 49a Geben Sie an, wie viel Prozent der jährlichen Betriebskosten Ihres Service Centers die folgenden Positionen ausmachen (Total muss 100% ergeben)
- .... % Personalkosten
  - .... % Technologiekosten
  - .... % Gebäudeinfrastruktur
  - .... % Externe Service Dienstleister
  - .... % sonstiges .....
- 
- 49b Was sind die jährlichen Betriebskosten des Service Centers?
- 

2018

19



## Fragen zu Qualität 1



- 
- 50a Haben Sie definierte und dokumentierte Prozesse, um das Qualitätslevel im Service Center zu sichern?
- Ja  Einführung geplant
- Nein  Früher verwendet
- 
- 50b Welche Zertifikate besitzen Sie oder planen Sie zu erwerben?
- EN15838 - Qualitätsmanagement in CCC .....
  - ISO18295 - Anforderungen für CCC .....
  - Gütesiegel Telemarketing .....
  - ISO 10002 – Reklamationsmanagement .....
  - ISO 9001:2000 – Qualitätsmanagement .....
  - EFQM – Qualitätsmanagement .....
- Optionen: ja – nein – geplant – nicht mehr*
- 
- 51 Über welche Systeme verfügt Ihr Service Center, um den Status von weitergeleiteten Anfragen / Anliegen an die Fachabteilungen zu überwachen?
- Manuelle Systeme (E-Mail, Excel, etc.)
- Automatische Systeme (Prozesse, Workflow, CRM, etc.)
- Keine Systeme
- 

2018

20



## Fragen zu Qualität 2



52	Welche Methoden setzen Sie ein, um die Qualität im Kundenkontakt zu überwachen und optimieren?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse von Gesprächs- und Textaufzeichnungen .....</li> <li>• Fokusgruppen .....</li> <li>• Mystery Shopping .....</li> <li>• Kundenfeedback / Customer Experience Tracking / NPS .....</li> <li>• Screenaufzeichnung .....</li> <li>• Videoanalyse .....</li> <li>• Zielerreichung operative Kennzahlen .....</li> <li>• Sonstige: .....</li> </ul>
<i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i>		
53	Welche Instrumente setzen Sie ein, um die Qualität des Arbeitsplatzes zu verbessern?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Akustische Optimierungen im Gebäude</li> <li><input type="checkbox"/> Lärmschutz am Arbeitsplatz</li> <li><input type="checkbox"/> Ergonomischer Arbeitsplatz</li> <li><input type="checkbox"/> Luftbefeuchtung</li> <li><input type="checkbox"/> Drahtlose Kopfhörer</li> </ul>
<i>Optionen: ja – nein – geplant – nicht mehr</i>		
54	Gibt es in Ihrem Service Center ein regelmässiges Innovationsprogramm? Wenn ja, wie ist dieses ausgestaltet?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Mitarbeiter Input Programm / Anreizsystem</li> <li><input type="checkbox"/> Innovationsboard / Innovationszirkel etc</li> <li><input type="checkbox"/> Kreativräume</li> <li><input type="checkbox"/> Innovationsförderndes Kultur- und Wertesystem</li> <li><input type="checkbox"/> Übriges: .....</li> </ul>
<i>Optionen: ja – nein – geplant – nicht mehr</i>		
55	Wie hoch ist ihre Investitionsquote	... % der Betriebskosten

2018

21



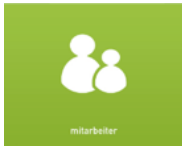
## Fragen zu Mitarbeitende 1



60	Wie viele Personen sind zu welchem Beschäftigungsgrad in Ihrem Service Center angestellt?	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mitarbeiter</th> <th>Supervis.</th> <th>Teamleiter</th> <th>Support</th> <th>Manager</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>20%</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>40%</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>50%</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>60%</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>80%</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>100%</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>Total</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>FTE</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>		Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Support	Manager	20%	_____	_____	_____	_____	_____	40%	_____	_____	_____	_____	_____	50%	_____	_____	_____	_____	_____	60%	_____	_____	_____	_____	_____	80%	_____	_____	_____	_____	_____	100%	_____	_____	_____	_____	_____	Total	_____	_____	_____	_____	_____	FTE	_____	_____	_____	_____	_____
	Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Support	Manager																																																			
20%	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
40%	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
50%	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
60%	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
80%	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
100%	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
Total	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
FTE	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
61	Wie ist die prozentuale Verteilung zwischen den Geschlechtern in Ihrem Service Center? <i>Total muss 100% ergeben.</i>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mitarbeiter</th> <th>Supervis.</th> <th>Teamleiter</th> <th>Support</th> <th>Manager</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>männlich</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>weiblich</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>		Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Support	Manager	männlich	_____	_____	_____	_____	_____	weiblich	_____	_____	_____	_____	_____																																				
	Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Support	Manager																																																			
männlich	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
weiblich	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
62	Wie ist die prozentuale Verteilung der Altersstruktur in Ihrem Service Center? <i>Total muss 100% ergeben.</i>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mitarbeiter</th> <th>Supervis.</th> <th>Teamleiter</th> <th>Support</th> <th>Manager</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>&lt; 30 J</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>31 – 50 J</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>&gt; 50J</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>		Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Support	Manager	< 30 J	_____	_____	_____	_____	_____	31 – 50 J	_____	_____	_____	_____	_____	> 50J	_____	_____	_____	_____	_____																														
	Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Support	Manager																																																			
< 30 J	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
31 – 50 J	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
> 50J	_____	_____	_____	_____	_____																																																			
63	Wie hoch ist der Ausländeranteil in Ihrem Service Center?	.... %																																																						
64	Wie viele körperlich eingeschränkte Personen arbeiten in Ihrem Service Center?	.... Anzahl																																																						
65	Gibt es einen Diversity-Kodex in Ihrem Service Center oder ist geplant ein solcher einzuführen?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> <li><input type="checkbox"/> Einführung geplant</li> </ul>																																																						

2018

22



## Fragen zu Mitarbeitende 2



66	Wie ist die Umwandlung von der totalen Arbeitszeit in produktive kundenorientierte Zeit bei den Mitarbeitenden in Ihrem Service Center? (Total muss 100% sein)	<ul style="list-style-type: none"> <li>.... % Produktive Kundenzeit (Zeit mit den Kunden)</li> <li>.....% Wartezeit</li> <li>.... % Schulung / Coaching</li> <li>.... % Pausen, Meetings, usw.</li> <li>.... % Abwesenheit wegen Krankheit</li> <li>.... % Sonstige nicht beeinflussbare Abwesenheit</li> </ul>																																
67	Welcher Prozentsatz der Mitarbeiter spricht eine oder mehrere der in Ihrem Service Center offiziell angebotenen Sprachen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>.... % eine Sprache</li> <li>.... % zwei Sprachen</li> <li>.... % drei oder mehr Sprachen</li> </ul>																																
68	Wie häufig erfolgt die Mitarbeiterrekrutierung über die folgenden Kanäle?	<table border="0"> <tr> <td>• Internet</td> <td>.....</td> <td>• Events</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Personalvermittler</td> <td>.....</td> <td>• Social Media</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Temporärfirma</td> <td>.....</td> <td>• Spontanbewerbung</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Intern</td> <td>.....</td> <td>• RAV / Arbeitsagentur</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Persönlicher Kontakt</td> <td>.....</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>• Auf Empfehlung</td> <td>.....</td> <td>• Stiftung</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Zeitungsinserat</td> <td>.....</td> <td>• Quereinsteiger</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Radio / TV</td> <td>.....</td> <td>• Sonstige: .....</td> <td>.....</td> </tr> </table>	• Internet	.....	• Events	.....	• Personalvermittler	.....	• Social Media	.....	• Temporärfirma	.....	• Spontanbewerbung	.....	• Intern	.....	• RAV / Arbeitsagentur	.....	• Persönlicher Kontakt	.....			• Auf Empfehlung	.....	• Stiftung	.....	• Zeitungsinserat	.....	• Quereinsteiger	.....	• Radio / TV	.....	• Sonstige: .....	.....
• Internet	.....	• Events	.....																															
• Personalvermittler	.....	• Social Media	.....																															
• Temporärfirma	.....	• Spontanbewerbung	.....																															
• Intern	.....	• RAV / Arbeitsagentur	.....																															
• Persönlicher Kontakt	.....																																	
• Auf Empfehlung	.....	• Stiftung	.....																															
• Zeitungsinserat	.....	• Quereinsteiger	.....																															
• Radio / TV	.....	• Sonstige: .....	.....																															
<i>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer</i>																																		
69	Bewerten Sie die folgenden Auswahlkriterien bei der Rekrutierung von Mitarbeitenden.	<table border="0"> <tr> <td>• Sprachkenntnisse</td> <td>.....</td> <td>• Teamfähigkeit</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Mündliche Komm.</td> <td>.....</td> <td>• Umgang mit</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Schriftliche Komm.</td> <td>.....</td> <td>IT-Lösungen</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Fachkenntnisse</td> <td>.....</td> <td>• Verkaufs-</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Zeitliche Flexibilität</td> <td>.....</td> <td>orientierung</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Stressresistenz</td> <td>.....</td> <td>• Bildungsabschluss</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>• Dienstleistungs- und Kundenorientierung</td> <td>.....</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	• Sprachkenntnisse	.....	• Teamfähigkeit	.....	• Mündliche Komm.	.....	• Umgang mit	.....	• Schriftliche Komm.	.....	IT-Lösungen	.....	• Fachkenntnisse	.....	• Verkaufs-	.....	• Zeitliche Flexibilität	.....	orientierung	.....	• Stressresistenz	.....	• Bildungsabschluss	.....	• Dienstleistungs- und Kundenorientierung	.....						
• Sprachkenntnisse	.....	• Teamfähigkeit	.....																															
• Mündliche Komm.	.....	• Umgang mit	.....																															
• Schriftliche Komm.	.....	IT-Lösungen	.....																															
• Fachkenntnisse	.....	• Verkaufs-	.....																															
• Zeitliche Flexibilität	.....	orientierung	.....																															
• Stressresistenz	.....	• Bildungsabschluss	.....																															
• Dienstleistungs- und Kundenorientierung	.....																																	
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>																																		

2018

23



## Fragen zu Mitarbeitende 3



70a	Wie wichtig sind die folgenden Aus- bzw. Weiterbildungen für Ihr Service Center? (Schweiz)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbildung Fachfrau/-mann Kundendialog EFZ</li> <li>• Call Center Agent CallNet.ch</li> <li>• Contact Center Supervisor eidg. Fachausweis</li> <li>• CAS Kundendialogmanagement ZHAW</li> <li>• Interne Führungs- oder Coachingausbildung</li> <li>• Interne Fachausbildung</li> </ul>												
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>														
70b	Wie wichtig sind die folgenden Aus- bzw. Weiterbildungen für Ihr Service Center? (übrige Länder)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne Fachausbildung</li> <li>• Interne Führungs- oder Coachingausbildung</li> <li>• Externe Fachausbildung</li> <li>• Externe Führungs- oder Coachingausbildung</li> </ul>												
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>														
71	Wie viele Tage werden im Durchschnitt jährlich in die Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeitenden investiert?	<table border="0"> <tr> <td>• Erstausbildung</td> <td>.....</td> <td>Tage</td> </tr> <tr> <td>• Aus- und Weiterbildung: laufende</td> <td>.....</td> <td>Tage</td> </tr> <tr> <td>Coaching</td> <td>.....</td> <td>Tage</td> </tr> <tr> <td>Sonstige:.....</td> <td>.....</td> <td>Tage</td> </tr> </table>	• Erstausbildung	.....	Tage	• Aus- und Weiterbildung: laufende	.....	Tage	Coaching	.....	Tage	Sonstige:.....	.....	Tage
• Erstausbildung	.....	Tage												
• Aus- und Weiterbildung: laufende	.....	Tage												
Coaching	.....	Tage												
Sonstige:.....	.....	Tage												

2018

24



## Fragen zu Mitarbeitende 4



72	Welche Trainingsmethoden setzen Sie wie oft ein?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trainingsprogramme (Computer based Training) .....</li> <li>• Gruppenschulungen .....</li> <li>• Live-Coaching .....</li> <li>• Vorführen von Beispielvideos .....</li> <li>• Handbücher .....</li> </ul>
<i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i>		
73	Anhand welcher Leistungsindikatoren messen Sie die Leistung Ihrer Mitarbeitenden? Und in welchem Zeitintervall werden diese mit den Mitarbeitenden besprochen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl der Kontakte .....</li> <li>• Länge der Kontakte .....</li> <li>• Qualität der Kontakte .....</li> <li>• First Contact Resolution .....</li> <li>• Kundenzufriedenheitsbefragungen .....</li> <li>• Verkaufsleistung .....</li> <li>• Sonstige: .....</li> </ul>
<i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i>		



## Fragen zu Mitarbeitende 5



75	Wie stark werden die folgenden Massnahmen zur Mitarbeiterbindung vom Service Center unterstützt?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überdurchschnittliche Bezahlung .....</li> <li>• Bonuszahlungen und Belohnung .....</li> <li>• Mentorprogramm .....</li> <li>• Verantwortung und Kompetenzen übertragen .....</li> <li>• Positive Unternehmenskultur .....</li> <li>• (Temporäre) Versetzung in andere Abteilungen / Job Rotation .....</li> <li>• Flexibles Arbeiten (Teilzeit, Jahresarbeitszeit, Home Office)</li> </ul>
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>		



## Fragen zu Mitarbeitende 6



76	Haben die Mitarbeitenden (Agenten) die Kompetenz einem Kunden etwas Gutzuschreiben (z.B. einen Geldbetrag)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr	
77	Wie hoch ist das Bruttogehalt pro Jahr für	Minimum	Durchschnitt	Maximum
		Mitarbeitende		
		Supervisor		
		Teamleiter		
		Support		
		Manager		
78	Wie hoch ist durchschnittliche Anzahl der Ausfalltage, bedingt durch Krankheit, Betriebs- und Nichtbetriebsunfall pro Person pro Jahr für:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitarbeitende: .... Tage</li> <li>• Supervisor: .... Tage</li> <li>• Teamleiter: .... Tage</li> <li>• Support: .... Tage</li> <li>• Management: .... Tage</li> </ul>		
79	Wie hoch war die Personalfluktuaton in Ihrem Service Center im vergangenen Geschäftsjahr (in%)?	Externe Abgänge	Interne Wechsel	
		Mitarbeitende		
		Supervisor		
		Teamleiter		
		Support		
		Manager		
80a	Wird die Mitarbeiterzufriedenheit gemessen?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher gemessen	

2018

27



## Fragen zu Mitarbeitende 7



81	Wie hoch ist die aktuelle Mitarbeiterzufriedenheit?	<input type="checkbox"/> Sehr unzufrieden <input type="checkbox"/> Unzufrieden <input type="checkbox"/> Eher unzufrieden <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Eher zufrieden <input type="checkbox"/> Zufrieden <input type="checkbox"/> Sehr zufrieden
----	---	--

2018

28



## Fragen zu Kunden 1




---

90 Wie viele Kunden betreuen Sie in Ihrem Service Center? ..... Kunden

---

91a Messen Sie die Kundenzufriedenheit?  Ja  Einführung geplant  
 Nein  Früher ja, heute nicht mehr

---

91b Warum wird die Kundenzufriedenheit nicht gemessen?  Aus Kostengründen  
 Thema steht nicht im Fokus  
 Sonstiges

---

91c Wie oft und anhand welcher Methoden messen Sie die Kundenzufriedenheit?

- Mystery Calling .....
- Kunden nach Telefonkontakt befragen .....
- E-Mail / Online nach Kontakt .....
- SMS nach Kontakt .....
- Automatisierte Messung .....
- Sonstige: .....

*Optionen: Wird nicht verwendet – >Jährlich - Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich*

---

91d Von wem wird die Kundenzufriedenheit gemessen?

- Mystery Calling .....
- Kunden nach Telefonkontakt befragen .....
- E-Mail / Online nach Kontakt .....
- SMS nach Kontakt .....
- Automatisierte Messung .....
- Sonstige: .....

*Optionen: Andere Abteilung im Unternehmen - Unabhängige Organisation - Intern im CCC- wird nicht verwendet*  
*Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig*

---

2018

29



## Fragen zu Kunden 2




---

92 Wie wichtig sind für Sie folgende Ziele der Kundenzufriedenheitsmessung?

- Kundenbindung stärken .....
- Eigene Stärken erkennen .....
- Handlungsfelder aufdecken .....
- Qualität kontinuierlich verbessern .....
- Unternehmenserfolg steigern .....
- Vorgaben erfüllen (Normen, Zertifikate) .....

*Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig*

---

93 Wie zufrieden sind Ihre Kunden aktuell?

- Sehr unzufrieden
- Unzufrieden
- Eher unzufrieden
- Neutral
- Eher zufrieden
- Zufrieden
- Sehr zufrieden

---

2018

30



### Fragen zu Kunden 3



94	Messen Sie den Net Promotor Score?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher gemessen
	Wenn ja, welchen Wert haben Sie:	-100 <-> +100	
	Wenn nein, warum nicht	<input type="checkbox"/> Zu grosser Aufwand <input type="checkbox"/> Zu wenig repräsentativ <input type="checkbox"/> Für unser Unternehmen nicht relevant <input type="checkbox"/> Andere Methoden im Einsatz	
95a	Messen Sie den Customer Effort Score (CES)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher gemessen
	Wenn ja, welchen Wert haben Sie:	Skala 1 – 7	
96a	Messen Sie die Churn Rate?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher gemessen
	Wenn ja, wie hoch ist diese?	.... Prozent	



### Fragen zu Kunden 4



97	Wie viele Reklamationen erhalten Sie durchschnittlich pro Monat?	..... berechnete Beschwerden ..... unberechtigte Beschwerden ..... unqualifizierte Beschwerden	
98	Wie verteilen sich die eingehende Reklamationen auf ihre Kanäle? (Total = 100%)	.... % Telefon .... % Brief .... % E-Mail .... % Fax .... % SMS, MMS .... % Web-Formular	.... % Video-Chat .... % Chat .... % Social Media .... % Messenger Dienste .... % Sonstige
99	Wo ist die Reklamationsbearbeitung angesiedelt?	einfache Reklamationen  Komplexe Reklamationen	<input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation  <input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation
100a	Haben Sie eine festgelegte Antwortzeit auf Reklamationen?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja
100b	Wie lange ist die durchschnittlich festgelegte Antwortzeit für komplexe Reklamationen? In wieviel Prozent der Fälle halten Sie diese auch ein?	.... Tage    .... Stunden    .... Minuten    .... Sekunden	.... % eingehalten





## Fragen zu Kunden 5 (nur abgefragt bei Loyaltyprogrammen)



101	Haben Sie in Ihrem Unternehmen ein Kundenbindungs- oder Bonusprogramm im Einsatz?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja
102	Wenn ja, wie ist Ihr Loyalty-Programm ausgestaltet?	<input type="checkbox"/> Rabattaktionen und Information über Neuigkeiten <input type="checkbox"/> Punkten und Umsatz-Gutscheine (hard benefits)	<input type="checkbox"/> Status-Vorteile (soft benefits) <input type="checkbox"/> Status- und monetäre Programme (soft und hard benefits)
103a	Wie hoch ist der Anteil aller im Programm registrierter Kunden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• am gesamten Kundenstamm ... %</li> <li>• am Gesamtumsatz ... %</li> </ul>	
103b	Welcher Anteil der Kunden im Loyalty-Programm hat im vergangenen Jahr mindestens einen Einkauf getätigt (activity rate)?	.... %	
103c	Welcher Anteil der herausgegebenen Punkte oder Treuegutscheine wurden im vergangenen Jahr eingelöst (redemption rate)?	.... %	
103d	Wie hoch ist der Anteil der Neukunden im Loyalty-Programm (Zugang im letzten Jahr, growth rate)?	.... %	
103e	Wie hoch sind die jährlichen Kosten des Programms? (angegeben in % des Gesamtumsatz)	.... %	
104	Wie ist die Organisation des Loyalty/Programmmanagement mit jener des Service Centers verbunden?	<input type="checkbox"/> Die beiden Bereiche bilden eine organisatorische Einheit <input type="checkbox"/> Separate Einheiten, aber in regelmässigen, formalisierten Austausch <input type="checkbox"/> Separate Einheiten ohne Zusammenarbeit	

2018

33

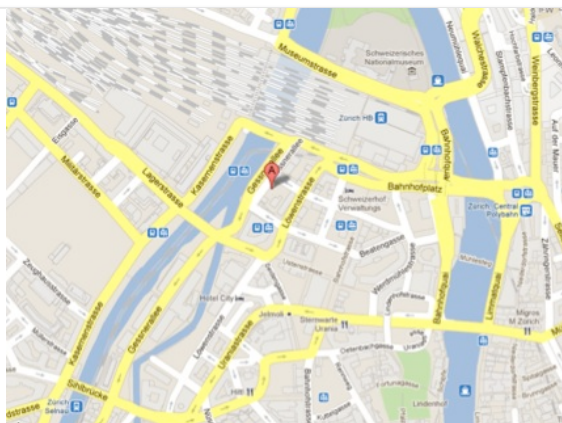
## Kontakt

Crystal Benchmark AG  
Gessnerallee 38a  
8001 Zürich  
Schweiz

Tel. 044 350 13 22

[info@service-excellence-cockpit.ch](mailto:info@service-excellence-cockpit.ch)

[www.service-excellence-cockpit.org](http://www.service-excellence-cockpit.org)



2018

34