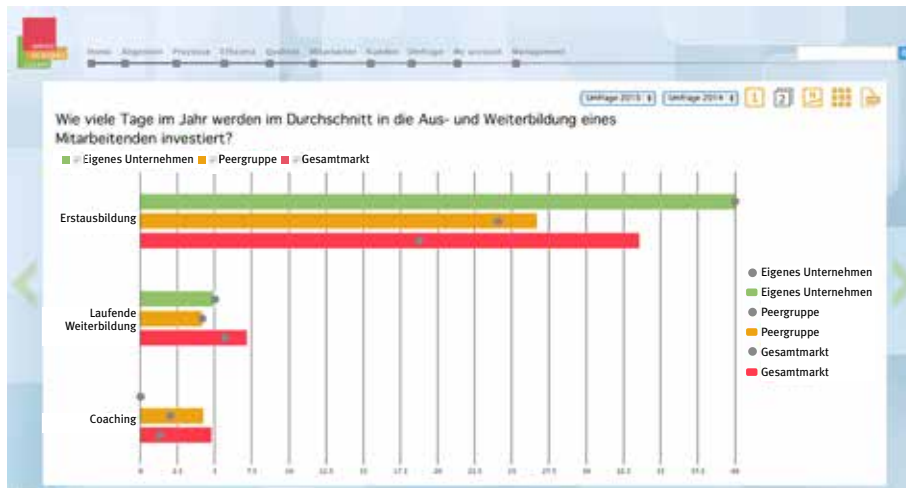


Daniel Stiefel

STRATEGISCHES FÜHRUNGS-INSTRUMENT

Das «Service Excellence Cockpit» hat sich in den ersten zwei Jahren seit seiner Lancierung bereits zu einem strategischen Werkzeug für Servicecenter-Manager entwickelt. Schon jetzt gehören mehr als 120 Servicecenter in der DACH-Region zur Community.

Zahlen kann man vergleichen. Und man kann mit ihrer Hilfe ein Servicecenter gezielt weiterentwickeln, wenn man aufgrund der Daten mögliche Potenziale und Stärken erkennt. Das Service Excellence Cockpit bietet zudem den speziellen Mehrwert, Quervergleiche mit anderen Industrien oder ähnlichen Servicecentern herzustellen.



Basis für Planungs- und Investitionsentscheidungen

Jeder Abonnent des Service Excellence Cockpit erhält seine individuellen Kennzahlen und kann sehen, wo das eigene Servicecenter noch Optimierungspotenzial hat, wie die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit gesteigert werden kann oder wie die Kosteneffizienz zu erhöhen wäre. Raphael Raetz, COO der Billag AG, erläutert: «Mit dem Cockpit konnte ich wichtige Entscheidungsgrundlagen innerhalb der Geschäftsleitung verständlich und auf Fakten basierend darstellen.» Francesco Canzano von Enpuls AG ergänzt «Das Cockpit liefert uns wertvollen Input für die Erarbeitung unserer neuen Servicestrategie. Das Management schätzt die Objektivität der Informationen.»

Stetige Weiterentwicklung – Marktsegmentierung und NPS

Dem Excellence-Gedanken folgend entwickeln wir das Cockpit laufend weiter. Im 2016 wird die Marktsegmentierung weiter verfeinert. So wird es beispielsweise möglich,

einzelne Länder zu vergleichen. Dieser Mehrländervergleich ist einerseits für alle Unternehmen interessant, die hierzulande bereits eine führende Position im Kundenservice aufgebaut haben und sich international vergleichen möchten. Andererseits bietet das Cockpit grösseren Unternehmen die Möglichkeit, verschiedene interne Teams oder Abteilungen,

zum Teil aus unterschiedlichen Ländern miteinander zu benchmarken. Bereits nutzen zahlreiche Firmen diese Firmenlizenz, zum Teil über verschiedene Länder hinweg.

Zudem entwickeln wir die Kundenperspektive weiter. Wir stellen fest, dass an dieser Schnittstelle Customer Service und Marketing Manager immer enger zusammenarbeiten. So werden wir den NPS (Net Promotor Score) ins Cockpit integrieren. Diese Kennzahl hat sich in den letzten Jahren immer mehr zu einem weltweiten Standard

entwickelt. Sie erweitert die Aussensicht, welche wir im letzten Jahr mit der Einbindung der Resultate aus den Mystery Callings und -Mailings des Servicebarometer von Demoscope einführten.

Teilnahme an der Umfrage 2016

Ab sofort und bis Ende Mai 2016 kann man kostenlos an der jährlichen Umfrage teilnehmen. Mit Abschluss der Umfrage erhalten Sie Ihren persönlichen Report als PDF mit allen Angaben über den aktuellen Stand im eigenen Servicecenter. Der Vergleich mit dem Markt und ausgewählten Vergleichsgruppen wie Branche, Land, Grösse des Servicecenters, Kundensegment usw. kostet 3500 Franken pro Jahr. Das Cockpit mit den Vergleichsdaten wird ab Juni 2016 zur Verfügung stehen. ■

Registrieren Sie sich jetzt unter:
www.service-excellence-cockpit.ch