



## **Service Excellence Cockpit** *Fragen 2026*

**Rémon Elsten / Daniel Stiefel**  
Forward Benchmark AG  
Talacker 35  
8001 Zürich

# Die Dimensionen und Vergleichsgruppen des Service Excellence Cockpit

Angelehnt an die internationalen Qualitätsnorm für Service Centers (ISO 18295)



## Dimensionen

### Strategie



Fragen zu Standort, Sprachen, Art des Service, Leistungsangebot, Ziele, Strategie

### Operations



Fragen zu Prozessen, Qualitätsmanagement, Innovation

### Touchpoints



Fragen zu eingesetzten Touchpoints mit Volumina

### Organisation



Fragen zu Anzahl und Struktur der Mitarbeiter, Salär, Rekrutierung, Ausbildung, Entwicklung, Fluktuation und Mitarbeiterzufriedenheit

### Digitalisierung



Fragen zu Digitalisierung, KI, Einsatz von Technologien

### CX Management



Fragen zur Kundenzufriedenheit, Beschwerdemanagement und Kundenbindung / Loyalty



# Strategie Fragen 1



1.1 In welchem Land befindet sich Ihre Service Organisation?	<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"/> Polen <input type="checkbox"/> Ukraine <input type="checkbox"/> .....
1.2 Wie verteilt sich das Kontaktvolumen auf Ihre Kundengruppen?	.... % Geschäftskunden (B2B) .... % Endkunden (B2C) .... % Interne Kunden		
1.3 Um welche Art von Service Organisation handelt es sich?	<input type="checkbox"/> Inhouse Service Organisation <input type="checkbox"/> Dienstleister für Dritte		
1.4 Wie beurteilen Sie die strategische Bedeutung Ihrer Service Organisation in diesen Aspekten? Beurteilen Sie die Bedeutung der folgenden Ziele für Ihre Service Organisation:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenzufriedenheit erhöhen .....</li> <li>• Effizienz steigern .....</li> <li>• Prozesse / Technologie optimieren .....</li> <li>• Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen .....</li> <li>• Qualität erhöhen .....</li> </ul>		
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>			
1.5 Welche Priorität haben die folgenden Entwicklungsziele und strategischen Themen in Ihrer Serviceorganisation?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau zu einem Verkaufskanal (Value Center) ....</li> <li>• Proaktiver Einsatz von datenbasierten Service Angeboten ("next best action")</li> <li>• Transformation der Organisation zu KI-Agenten</li> <li>• Entwicklung von Empathie und der Fähigkeit, individuell auf die Kunden einzugehen</li> <li>• Förderung der Zusammenarbeit mit Marketing und Vertrieb, um eine ganzheitliche Sicht auf den Kunden zu erreichen.</li> <li>• Positionierung als Onboarding Plattform für das Unternehmen (Career-start für Neueinsteiger)</li> </ul>		

*Priorisieren von 1 bis 6*



## Strategie Fragen 2



- 
- 1.6 Welche strategischen Führungsinstrumente sind bei Ihnen im Einsatz  
(mehrere Antworten möglich)
- Keine
  - Jährliche Budgetierung / Planung (Kosten und Mitarbeiter (FTE))
  - Regelmässige Massnahmen-Planung
  - Regelmässige Zieldefinition
  - Regelmässige Erstellung einer Service-Strategie
- Falls „Regelmässige Erstellung einer Service-Strategie“
- 
- A In welchem Rhythmus überprüfen / erstellen sie die Service Strategie?
- Jährlich
  - Alle 2-3 Jahre
  - > 3 Jahre
- 
- B Ist die Service-strategie ein eigenständige Teilstrategie im Unternehmen oder ist sie Bestandteil einer anderen Teilstrategie?
- Eigenständige Teilstrategie
  - Bestandteil der Vertriebsstrategie
  - Bestandteil der Marketing Strategie
  - Bestandteil der IT Strategie
  - Sonstige
- 
- C Welche Bestandteile hat die Service Strategie?
- Markt- und interne Service-Analyse
  - Vision, Mission
  - Leistungsmodell (Servicekatalog, Kunden, Interaktionen/Touchpoints, ...)
  - Organisationsmodell (Prozesse / Technologie, Mitarbeiter, erforderliche Skills, Struktur inkl. Outsourcing)
  - Ziele und Führungskennzahlen (finanziell, operativ)
  - Umsetzungs- /Massnahmenplan
-



## Strategie Fragen 3



---

### 1.7 Angaben zu den Betriebskosten

- A Wie viel Prozent der jährlichen Betriebskosten Ihrer Service Organisation machen die folgenden Positionen aus?
- .... % Personalkosten
  - .... % Technologiekosten
  - .... % Gebäudeinfrastruktur
  - .... % Externe Service Dienstleister
  - .... % sonstiges .....

- 
- B Wie hoch sind die Gesamtkosten ihrer Service Organisation?
- ... Jährliche Betriebskosten  
= Kosten pro Kontakt

- 
- 1.8 Wie hoch ist die Investitionsquote in Ihrer Service Organisation?
- .... % der Betriebskosten

- 
- 1.9 Verwenden Sie diese Kennzahlen für die Führung Ihres Kundenmanagement
- Servicekosten pro Kunde
  - Kontakte pro Kunde
  - Beschwerden pro Kunde
  - Anteil Wertschöpfende Kontakte
  - Self-Service Rate
  - Service Level
  - First Contact Resolution
  - Kundenzufriedenheit (zum Beispiel NPS, CES, CSAT)
  - Mitarbeiterzufriedenheit
  - Kundenwert (für Next Best Action, Kampagnen, ...)

*Skala: nein – geplant – ja*



# Fragen zu Touchpoints 1



2.1 Angaben zu den Touchpoints	Im Einsatz (ja/nein/geplant)	Kontakte pro Monat	Bearbeitungszeit (AHT)
<input type="checkbox"/> Telefon	....	....	....
<input type="checkbox"/> Live-Chat	....	....	....
<input type="checkbox"/> Video-Chat	....	....	....
<input type="checkbox"/> E-Mail	....	....	....
<input type="checkbox"/> Brief	....	....	....
<input type="checkbox"/> Web Formular	....	....	....
<input type="checkbox"/> Kurznachrichten	....	....	....
<input type="checkbox"/> Schalter	....	....	....
<hr/>			
2.2 Kennzahlen zu Sprachkontakten			
A Service Level Telefon	.... Prozent	.... Zeit	
B Abgebrochene Anrufe	.... Prozent		
C Wie wird die Erstlösungsquote (FCR) gemessen?	<input type="checkbox"/> Messung interne Weiterleitung von Kontakten <input type="checkbox"/> Messung wie viele Kunden zum gleichen Thema innerhalb x Tagen nochmals Kontakt aufnehmen <input type="checkbox"/> Abfrage Fallabschluss mittels Kundenbefragung nach Kontakt <input type="checkbox"/> systembasierte "Anfang zu End" Messung <input type="checkbox"/> Wird nicht gemessen  <input type="checkbox"/> Wie hoch ist die First Contact Resolution .... ? (Über alle Anliegen und Kontaktpunkte)		



## Fragen zu Touchpoints 2



### 2.3 Kennzahlen zu Sprachkontakten

A E-Mail Service Level                      .... Prozent    .... Zeit

B Abgebrochene Anrufe                      .... Prozent

C a) Wie wird die Erstlösungsquote (FCR) gemessen?       Messung interne Weiterleitung von Kontakten  
 Messung wie viele Kunden zum gleichen Thema innerhalb x Tagen nochmals Kontakt aufnehmen  
 Abfrage Fallabschluss mittels Kundenbefragung nach Kontakt  
 systembasierte "Anfang zu End" Messung  
 Wird nicht gemessen

b) Wie hoch ist die First Contact Resolution .... ?       ...

2.4 Über welche Social Media Plattformen kommunizieren Sie aktiv mit ihren Kunden?       Facebook                       Instagram                       Sonstige  
 LinkedIn                       TickTok                       Keine  
 X

2.5 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



# Fragen zu Digitalisierung 1



- 3.1 Wie beurteilen Sie in ihrem Unternehmen
- die strategische Bedeutung der Digitalisierung
  - den aktuellen digitalen Reifegrad
- Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig*

- 3.2 Wie gross sind in Ihrem Unternehmen aktuell diese Herausforderungen beim Einsatz von digitalen Technologien
- Ungenügende Unterstützung durch das Management
  - Bereitstellen von Budget
  - Finden von qualifiziertem Personal
  - Widerstände in der Organisation überwinden
  - Heterogene IT Umgebung / zu viele IT-Tools im Einsatz
  - Evaluieren der richtigen IT-Tools
  - Finden der richtigen Berater, Implementationspartner
- Skala: sehr klein - eher klein – neutral - eher gross - sehr gross*

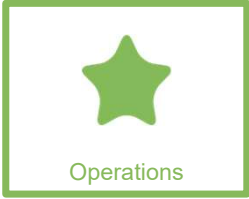
3.3 Anwendungen für Kanalmanagement	Im Einsatz	Seit wann (Jahr)	Relevanz (1-3)
<input type="checkbox"/> Anliegenerkennung + Anrufverteilung	....	....	....
<input type="checkbox"/> Digitaler Sprachassistent	....	....	....
<input type="checkbox"/> Callback	....	....	....
<input type="checkbox"/> Chatbot	....	....	....
<input type="checkbox"/> E-Mail Response Automation	....	....	....
<input type="checkbox"/> Intelligentes Omnichannel Contact Routing	....	....	....



## Fragen zu Digitalisierung 2



3.4 Anwendungen für Customer Management	Im Einsatz	Seit wann (Jahr)	Relevanz (1-3)
<input type="checkbox"/> Customer Data Plattform – 360° Kundensicht	....	....	....
<input type="checkbox"/> Customer Journey Mapping und Tracking	....	....	....
<input type="checkbox"/> Customer Experience Tracking	....	....	....
<input type="checkbox"/> Datenbasierter voraussagender (predictive) Customer Service	....	....	....
3.5 Anwendungen für Workforce Empowerment	Im Einsatz	Seit wann (Jahr)	Relevanz (1-3)
<input type="checkbox"/> Dynamisches Workflow Management / Ticketing	....	....	....
<input type="checkbox"/> Agent Assist	....	....	....
<input type="checkbox"/> Digitale Lernplattformen	....	....	....
<input type="checkbox"/> Gamification	....	....	....
3.6 Setzen Sie Instrumente mit künstlicher Intelligenz (KI) / Agentic AI ein für diese Aufgaben?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explizites Wissen von Mitarbeitenden sammeln und im Unternehmen zur Verfügung stellen</li> <li>• Personalisierung und Einsatz von digitalen Zwillingen im Marketing</li> <li>• Mustererkennung vom Verhalten und demografischen Angaben für Verkaufsempfehlungen (Input Next Best Action)</li> <li>• Sprach- und Textanalyse, Zusammenfassungen und Simultan-Übersetzungen</li> <li>• motionserkennung und Realtime Empfehlungen für die Gesprächsführung in Kundendialogen</li> </ul>		
<i>Skala: nein – Einführung geplant – Pilotierung – teilweise eingeführt – vollständig eingeführt</i>			



# Fragen zu Operations 1



4.1 Wurden Bereiche der Service Organisation ausgelagert?  Ja  Auslagerung geplant  
 Nein  Früher ausgelagert

4.1.1 Welche Bereiche haben Sie in welchem Umfang ausgelagert und wohin?

- Information / Auskünfte .... % des Volumens
- Bestellungen / Käufe .... % des Volumens
- Administrative Anliegen .... % des Volumens
- Beschwerden / Anmerkungen .... % des Volumens
- Kündigungen .... % des Volumens

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

4.1.3 Wie wichtig waren die folgenden Kriterien für den Outsourcing-Entscheid?

- Kosteneinsparungen durch erhöhte Flexibilität .....
- Kosteneinsparungen durch tiefere Erbringungskosten des Outsourcers .....
- Qualitätsverbesserung durch hohe Erfahrungswerte und Zugang zu Best Practice Wissen .....
- Qualitätssicherstellung dank Zugang zu Reservekapazitäten .....
- Strategische Entscheidung, Nicht-Kernfunktionen ausgliedern .....
- Time to Market von Produkten und Dienstleistungen verbessern .....
- sonstige: .....

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



## Fragen zu Operations 2



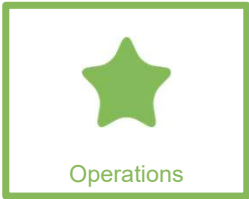
- 
- 4.1.4 Wie wichtig waren die folgenden Kriterien gegen den Outsourcing-Entscheid? (falls 4.1 = nein)
- Service Management ist Kernfunktion des Unternehmens .....
  - Unternehmensentscheid "kein Outsourcing" Unzureichende Kosteneinsparungen .....
  - Zu grosses Risiko (technolog. Hürde) .....
  - Fehlendes Angebot von qualifizierten Drittanbietern .....
  - Regulatorische Hindernisse (z.B. Datenschutz) .....
  - Know-how Verlust, fehlende Kundennähe .....
  - Schlechte Erfahrungen .....

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

- 
- 4.2 Welche Methoden setzen Sie ein, um die eindeutige Identifikation der Kunden sicherzustellen?
- Log-in mit Passwort (1 Faktor Authentifizierung)
  - Log-in mit 2 Faktor Authentifizierung
  - Sicherheitsfrage
  - Biometrischer Stimmabdruck
  - Fingerabdruck
  - Optische Identifizierung (Gesichtserkennung)

*Skala: nein – Einführung geplant – Pilotierung – Teilweise eingeführt – vollständig eingeführt – Einsatz eingestellt*

---



## Fragen zu Operations 3



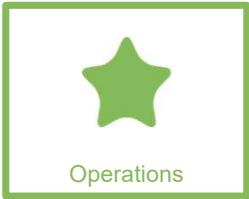
- 
- 4.3 Welche Methoden setzen Sie ein, um die Qualität im Kundenkontakt zu überwachen und optimieren?
- manuelle Analyse von Gesprächs- und Textaufzeichnungen .....
  - automatisierte Analyse von Gesprächs- und Textaufzeichnungen .....
  - Mystery Shopping .....
  - Kundenfeedback / Customer Experience Tracking / NPS .....
  - Screenaufzeichnung .....
  - Videoanalyse .....
  - Zielerreichung operative Kennzahlen .....
  - Sonstige: .....

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

---

### 4.4 Personaleinsatzplanung

- A Für welche Kanäle planen Sie den Einsatz der Mitarbeitenden mithilfe des Personalplanungstools?
- |                                  |  |                                       |
|----------------------------------|--|---------------------------------------|
| <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     |
- B Wie hoch ist die Vorhersage-Genauigkeit ihrer Personaleinsatzplanung im Jahresdurchschnitt? ... Prozent



## Fragen zu Operations 4



- 
- 4.5 Wie ist die Umwandlung der totalen Arbeitszeit in produktive kundenorientierte Zeit bei den Mitarbeitenden in Ihrer Service Organisation?
- .... % Produktive Kundenzeit (Zeit mit den Kunden)
  - .....% Wartezeit
  - .... % Schulung / Coaching
  - .... % Pausen, Meetings, usw.
  - .... % Abwesenheit wegen Krankheit
  - .... % Sonstige nicht beeinflussbare Abwesenheit

- 
- 4.6 Welche Instrumente setzen Sie ein, um die Qualität des Arbeitsplatzes zu verbessern?
- Akustische Optimierungen im Gebäude
  - Lärmschutz am Arbeitsplatz
  - Ergonomischer Arbeitsplatz
  - Luftbefeuchtung
  - Drahtlose Kopfhörer
- Optionen: ja – nein – geplant – nicht mehr*

- 
- 4.7 Gibt es in Ihrer Service Organisation ein regelmässiges Innovationsprogramm?
- Ja
  - Einführung geplant
  - Nein
  - Früher verwendet

- Welche Innovationsinstrumente setzen Sie ein?
- Mitarbeiter Input Programm / Anreizsystem
  - Innovationsboard / Innovationszirkel etc
  - Kreativräume
  - Innovationsförderndes Kultur- und Wertesystem
  - Sonstige



## Organisation Fragen 1



- 
- 5.1 Welche Servicezeiten bieten Sie in Ihrer Service Organisation an?
- Montag - Freitag, 8.00 - 17.00 Uhr
  - Montag - Freitag, erweiterte Servicezeiten
  - Montag - Samstag, erweiterte Servicezeiten
  - Montag - Sonntag, 24 Stunden
- 
- 5.2 Wie viele Personen (in Vollzeitstellen/FTE) beschäftigen Sie in der Service Organisation?
- .... Mitarbeitende
  - .... Supervisoren
  - .... Teamleiter
  - .... Supportmitarbeitend
  - .... Management
- 
- 5.3 Angaben zum Beschäftigungsgrad
- .... % Anteil Teilzeitarbeitende
  - .... % durchschnittlicher Beschäftigungsgrad
- 
- 5.4 Angaben zu den Arbeitsplätzen
- .... Anzahl „Service Center Seats“
  - ....% minimale Präsenzzeit vor Ort
- 
- 5.5 Struktur der Serviceorganisation
- A Wie ist die Geschlechterstruktur Ihrer Mitarbeitenden?
- .... % Männlich
  - .... % Weiblich
  - ... % Divers
- B Wie ist die Altersstruktur ihrer Mitarbeitenden?
- .... % bis 30 Jahre
  - .... % 31 bis 50 Jahre
  - ... % älter als 50 Jahre



## Organisation Fragen 2



- 
- |     |   |   |   |
|-----|---|---|---|
| 5.6 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen bei Ihren Mitarbeitenden heute?<br>Und wie denken Sie, werden sich die Anforderungen in 5 Jahren entwickeln? | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkenntnisse</li> <li>• Sprachkenntnisse</li> <li>• Kombination Sprach/Schrift</li> <li>• Anwendung IT Lösungen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dienstleistungs- und Kundenorientierung</li> <li>• Verkaufsorientierung</li> <li>• Teamfähigkeit / Sozialkompetenz</li> <li>• Stressresistenz / Kritikfähigkeit</li> </ul> |
|-----|---|---|---|

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

- 
- |     |   |  |
|-----|---|--|
| 5.7 | Wie wichtig sind die folgenden Aus- bzw. Weiterbildungen für Ihre Service Organisation? | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne Fachausbildung</li> <li>• Interne Kommunikationsschulung</li> <li>• Externe Fachausbildung</li> <li>• Externe Kommunikationsschulung</li> </ul> |
|-----|---|--|

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

- 
- |                |   |  |   |          |            |          |            |                |            |
|----------------|---|--|---|----------|------------|----------|------------|----------------|------------|
| 5.8            | Wie viele Tage werden im Durchschnitt jährlich in die Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeitenden investiert? | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstausbildung</li> <li>• Weiterbildung:</li> </ul> | <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>Training</td> <td>..... Tage</td> </tr> <tr> <td>Coaching</td> <td>..... Tage</td> </tr> <tr> <td>Sonstige:.....</td> <td>..... Tage</td> </tr> </table> | Training | ..... Tage | Coaching | ..... Tage | Sonstige:..... | ..... Tage |
| Training       | ..... Tage  |  |   |          |            |          |            |                |            |
| Coaching       | ..... Tage  |  |   |          |            |          |            |                |            |
| Sonstige:..... | ..... Tage  |  |   |          |            |          |            |                |            |
-



## Organisation Fragen 3



- 5.9 Wie wichtig sind die folgenden Massnahmen zur Mitarbeiterbindung in der Service Organisation?
- Überdurchschnittliche Bezahlung
  - Bonuszahlungen und Belohnung
  - Mentorprogramm
  - Verantwortung und Kompetenzen übertragen
  - Positive Unternehmenskultur
  - Versetzung in andere Abteilungen / Job Rotation
  - Flexibles Arbeiten (Teilzeit, Jahresarbeitszeit, Home Office)

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

- 5.10 Haben die Mitarbeitenden die Kompetenz, einem Kunden etwas gutzuschreiben (z.B. Kulanzkompetenz)?
- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Ja   | <input type="checkbox"/> Einführung geplant          |
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr |

- 5.11 Welche Support Aufgaben erbringen Sie intern in der Service Organisation ?
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Reporting, MIS, Controlling       | <input type="checkbox"/> Business Analyse, IT Anforderungen |
| <input type="checkbox"/> Projekt- und Programmmanagement   | <input type="checkbox"/> IT System Konfigurationen          |
| <input type="checkbox"/> Personaleinsatzplanung            | <input type="checkbox"/> Partner Management                 |
| <input type="checkbox"/> Schulung- und Qualitätsmanagement | <input type="checkbox"/> QM & Training KI-Agent (Bot)       |
| <input type="checkbox"/> Feedbackmanagement und KVP        | <input type="checkbox"/> Andere, ....                       |



## Organisation Fragen 4



5.12	Wie hoch ist das Bruttogehalt pro Jahr für	Minimum	Durchschnitt	Maximum
		Mitarbeitende		
		Support / Fachspez.		
5.13	Wie hoch ist durchschnittliche Anzahl der Ausfalltage, bedingt durch Krankheit, Betriebs- und Nichtbetriebsunfall	• .... Ausfalltage / Jahr		
5.14	Wie hoch war die Personalfuktuation in Ihrer Service Organisation im vergangenen Geschäftsjahr (in%)?	.... % externe Fluktuation (Austritte) .... % interne Fluktuation (Entwicklung)		
5.15	Wird die Mitarbeiterzufriedenheit gemessen?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher gemessen	
	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	



# CX Management Fragen 1



6.1	Wie viele Kunden betreuen Sie mit Ihrer Service Organisation?	..... Kunden	
6.2	Messen Sie die Kundenzufriedenheit?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr
6.2.1	Warum wird die Kundenzufriedenheit nicht gemessen?	<input type="checkbox"/> Aus Kostengründen <input type="checkbox"/> Thema steht nicht im Fokus <input type="checkbox"/> Sonstiges	
6.2.2	Wie zufrieden sind Ihre Kunden aktuell?		
A	CSAT - Customer Satisfaction Score	<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
B	NPS - Messen Sie den Net Promotor Score und falls ja, wie hoch ist dieser?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein ... NPS Wert	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr
C	CES - Messen Sie den Customer Effort Score und falls ja, wie hoch ist dieser?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein ... CES Wert	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr



## CX Management Fragen 2



- 
- 6.2.3 Verwenden Sie diese Befragungs-Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit?
- Mystery Calling / Shopping .....
  - Kunden nach Telefonkontakt befragen .....
  - E-Mail / Online nach Kontakt .....
  - SMS nach Kontakt .....
  - Sonstige: ..... .....

*Skala: nein – geplant – ja*

- 
- 6.2.4 Neu – Verwenden Sie diese automatisierten Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit?
- Sentiment Analyse .....
  - Sprach Analyse (Wortwahl, ...) .....
  - Text-Analyse .....
  - Sonstige: ..... .....

*Skala: nein – geplant – ja*

- 
- 6.3.5 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*

---



## CX Management Fragen 4



---

6.3 Wie viele Kunden-Beschwerden und -  
Feedbacks erhalten Sie durchschnittlich pro  
Monat? .....

..... Kundenbeschwerden  
..... Kundenfeedbacks  
..... Andere

---

6.4 Wie nutzen Sie die Informationen aus den  
Feedbacks und Beschwerden?

Gar nicht  
 Für das Reporting ans Management  
 Für Schulung / Coaching der MA  
 Als Input für den kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP)

---



## CX Management Fragen 5 (nur abgefragt bei Loyaltyprogrammen)



6.5	Haben Sie in Ihrem Unternehmen ein Kundenbindungs- oder Bonusprogramm im Einsatz? Seit wievielen Jahren?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	.....	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja
6.6	Wie wichtig sind für sie die folgenden Ziele Ihres Kundenbindungsprogramms?	<input type="checkbox"/> Kundenbindung stärken <input type="checkbox"/> Kauffrequenz erhöhen <input type="checkbox"/> Erhöhen des Share of Wallet		<input type="checkbox"/> Differenzierung von Mitbewerbern <input type="checkbox"/> Neukundengewinnung <input type="checkbox"/> Informationen zu den Kunden gewinnen
6.7	Welchen Typ von Loyalty Programm bieten Sie an?	<input type="checkbox"/> Rabatte und Produkt-informationen (sofortige Vorteile) <input type="checkbox"/> Punkten und /oder Umsatz-Treue-Gutscheine (verzögerte Belohnung)		<input type="checkbox"/> Status-Vorteile (hierarchische Privilegien) <input type="checkbox"/> Kombination von Status und Punkten/Gutscheinen

# Kontakt



Forward Benchmark AG  
Talacker 35  
8001 Zürich  
Schweiz

Tel. +41 44 350 13 22

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

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

