

In Kooperation mit:



## HDIG Frühjahrssymposium

# CUSTOMER CARE

## Vom Kundenservice zur Kundenloyalität



- Kundennutzen / Nutzen für den Kunden
- Prozessmanagement/Business Intelligence
- Customer Self Service / Service Portale
- Knowledgemanagement
- Praxisbeispiele zu Customer Care (mit Anwenderbericht der UBS Schweiz)
- Zukunftstrends

### Referenten:

- Peter Mattausch** (Alcatel)  
**Reinhard Paul** (Polydata)  
**Jürgen Reinke** (Mummert + Partner)  
**Thomas Spaar** (UBS, Schweiz)  
**Gustav Sperat** (Materna)

bei freiem Eintritt

**25. April 2002, 9.00 bis 14.00 Uhr**  
Alcatel, 1210 Wien, Kommunikationsplatz 1

**+ WORKSHOP am 26. April 2002:**  
**DER RICHTIGE UMGANG MIT DEM USER – ERFOLGSFAKTOR KUNDENSERVICE IM SUPPORT**  
mit **Susanne Eickmann** (Beko-help.com)

# C U S T O M E R C A R E

## Customer Care – vom Kundenservice zur Kundenloyalität

Eigentlich ein Selbstverständnis für jeden tüchtigen Unternehmer, wurde in den letzten Jahren der Kunde von Medien und verschiedensten Marketing-Experten immer wieder in den Mittelpunkt des Geschehens gerückt. Aktuelle Studien bestätigen, dass dieses Bewusstsein in den Unternehmen nun bereits vorherrschend ist: Laut einer Erhebung vom Future Trend Institute wird der Kundenloyalität die höchste Priorität noch vor dem Schaffen neuer Märkte oder Beziehungsmarketing eingeräumt. Kundenloyalität bedeutet für Unternehmen, dass sie vermehrt in bestehende Kundenbeziehungen investieren und diese an strategischer Bedeutung gewinnen, da die langfristige Bindung einer möglichst hohen Anzahl von profitablen Kunden mit enormen wirtschaftlichen Vorteilen verbunden ist.

In der Veranstaltung werden verschiedene Möglichkeiten gezeigt, durch gezielten Einsatz neuer Technologien im Kundenservice oder für die Prozesssteuerung mehr Kundenbindung zu erreichen und gleichzeitig auch dem Kunden selbst höchstmöglichen Nutzen zu bieten.

## Machen Sie Ihrem Kunden den Prozess?!

„Der Kunde steht im Mittelpunkt unseres Handelns“, so steht es in Ihren Leitlinien. „Der Kunde steht unserem Handeln im Wege“, so mögen es Ihre Kunden manchmal empfinden. Sind Sie Sklave oder Herr Ihres Kunden? Ihr Prozessmanagement beantwortet diese Frage? Ob Sie wollen oder nicht.

„Sie haben die Dinge im Griff, wenn Sie sie nicht im Griff haben“ postuliert Tom Peters. Andere sehen eine Renaissance zur „Tayloristischen Arbeitsteilung“ – auch im Kundenprozess. Was zeichnet den erfolgreichen Prozessmanager aus? Was kommt Ihren Kunden zugute? Und was Ihren Kunden zugute kommt ...“

## AGENDA:

- 9.00 Machen Sie Ihrem Kunden den Prozess?!**  
*Jürgen Reinke (Mummert + Partner)*
- 9.50 Die Möglichkeiten bzw. Einsatzbereiche von analytischen Methoden im Umfeld von Customer Care**  
*Peter Mattausch (Alcatel)*
- 10.30 Pause**
- 11.00 Service Portale – Vom Kundenservice zum Kundenselfservice**  
*Gustav Sperat (Materna)*
- 11.40 Das Customer Care Concept am Beispiel unseres Projektes bei der UBS**  
*Reinhard Paul (Polydata), Thomas Spaar (UBS)*

## Prozesskostenkontrolle / Prozesskostenmanagement basierend auf analytischem CRM

- Echtzeitstatistiken
- Drill down Vorgehensweise
- Datenverdichtung
- Online analytical processing (OLAP)

## Service Portale – Vom Kundenservice zum Kundenselfservice

- Service Portale
- Funktionalität
- Prozesse
- Realisierung
- Nutzen von Serviceportalen

Es wird ein Praxisbeispiel für die dezentrale Betriebslösung präsentiert.

- Optimierung des Kundenservice
- Entlastung der technischen Hotline
- Etablierung eines integrierten Geschäftsprozesses durch Portaltechnologie

## Das Customer Care Concept am Beispiel unseres Projektes bei der UBS

Die POLYDATA Gruppe hat sich auf das Design, die Implementierung und den Betrieb von internen Service-Organisationen wie etwa IT-Helpdesks oder externen Service-Organisationen wie Kundendienstorganisationen oder Call Centers in den Branchen Banken, Versicherungen, Medien, Industrie oder Pharma konzentriert.

Am Beispiel der UBS (United Bank of Switzerland) wird die Methodik der POLYDATA-Gruppe in Bezug auf Customer Care Konzeptionen erläutert und in einem erfolgreichen Projekt dargestellt.

Das Customer Care Konzept zeichnet sich durch ein strukturiertes, in verschiedene Module aufgeteiltes Vorgehen beim Design, der Planung und dem Betrieb von entsprechenden Service-Organisationen aus. Diese sind durch fünf Kriterien gekennzeichnet: dem Multichanneling (1), dem Single Point of Contact (2), der Prozessorientierung (3), dem intelligenten Software-Einsatz durch Einführung eines e-Levels (4) und dem kontinuierlichen Verbesserungsprozess (5). Ziel des Vortrages ist es, das methodische Vorgehen, die kritischen Faktoren bei der Umsetzung und eine Kosten-Nutzenanalyse inkl. Synergiepotenziale beim Gestalten von Customer Care Prozessen herauszuarbeiten.

## DER RICHTIGE UMGANG MIT DEM USER ERFOLGSFAKTOR KUNDENSERVICE IM SUPPORT mit Susanne Eickmann ( Beko-help.com)

### Ihr persönlicher Nutzen:

- Lernen Sie, wie Sie die Erwartungshaltung Ihrer Kunden erkennen und interne Imagebildung betreiben
- Erkennen Sie, wie wichtig eine serviceorientierte Telefonkultur ist und wie Sie durch anwenderorientierte Gesprächsführung höchste Qualität im Help-Desk erreichen
- Lernen Sie, wie Zeit- und Selbstmanagement zum Erfolg im Support beitragen
- Lernen Sie, wie Sie auch für schwierige Gesprächspartner erfolgreich Service leisten und Konflikte lösen

### Ihre Trainingsinhalte:

#### Die Kundenerwartungen „managen“

- Kennen Sie die Erwartungshaltung Ihrer Kunden?
- Im Spannungsfeld von SLAs und der Erwartungshaltung der Endkunden
- Wie Sie Kundenwünsche erheben und mit Ihrem Leistungs-Portfolio abstimmen

#### Die Erfolgsfaktoren der Kunden- und Serviceorientierung

- Warum interne Imagebildung so wichtig ist
- Sehen Sie, welche Faktoren zur Imagebildung beitragen
- Kommunikation als wichtiger Bestandteil der Service-Qualität: Halten Sie Ihre Kunden über Ihre Tätigkeiten und Ziele auf dem Laufenden
- Schaffen Sie Akzeptanz für Neuerungen
- Wie Sie Kunden- und Dienstleistungsorientierung durch die Optimierung der Faktoren Kosten, Zeit und Qualität sicherstellen können

#### Kundenorientierte Gespräche zielorientiert und partnerschaftlich führen

- Kommunikation ist mehr als Sprache
- Durch die „Kundenbrille“ sehen
- Gesprächseinstieg: Finden Sie den „richtigen“ Ton in jeder Situation
- Erfolgreiche Gesprächsführung: Fall aufnehmen – lösen – oder weiterleiten
- Unterschiedliche Fragetechniken: Mit den richtigen Fragen schnell zur Lösung kommen!
- Die Kunst des aktiven Zuhörens: So zuhören, dass ich verstehe, was der andere will – So reden, dass der andere mich versteht
- Von der Problem- zur Lösungsorientierung: Professionelle Behandlung von Reklamationen

#### Wie Sie auch für schwierige Gesprächspartner erfolgreich Service leisten und Konflikte lösen

- Schnell die Persönlichkeit des Kunden erkennen und „richtig“ reagieren

- Der Service für den „schwierigen“ Kunden als besondere Herausforderung
- Erkennen Sie Konfliktpotentiale und -quellen
- Es gibt immer zwei Seiten: Konflikte aus unterschiedlicher Sicht betrachten!
- Reklamationen und Beschwerden von der emotionalen auf die sachliche Ebene bringen
- Wie Sie in jeder Situation die Fassung bewahren
- Gesprächstechniken zur Konfliktvermeidung:
- Formulieren Sie positiv

#### Reibungslose und stressfreie Teamarbeit als Erfolgsfaktor

- Erkennen Sie, wie Sie Ihr Team für Ihre tägliche Arbeit „nützen“ können
- Nehmen Sie aktiv am Teamgeschehen teil und gestalten Sie dieses mit
- Konflikte und Probleme gemeinsam bewältigen

#### Kühler Kopf durch effektives Zeit- und Selbstmanagement

- Lernen Sie, wie Sie Ihre Arbeit effektiv und effizient organisieren
- Wodurch entstehen Zeitnot und Arbeitsüberlastung
- Identifizieren Sie Stärken und Schwächen in Ihrem Arbeitsstil und Arbeitsverhalten
- Lernen Sie Arbeitsprinzipien und deren Umsetzung in der Praxis kennen
- Bekommen Sie Ihre Zeitfresser in den Griff

#### Ruhig bleiben – Stressbewältigung im Help Desk und in Service-Abteilungen

- Erfahren Sie, welche Arten von Stress es gibt
- Identifizieren Sie Ihre persönlichen Stressfaktoren und lernen Sie erfolgreiche Bewältigungsstrategien kennen
- Mental-Training zum Stressabbau
- Selbstmotivation: So gehen Sie mit den eigenen täglichen Leistungshochs und -tiefs um

#### REFERENTIN:

**Susanne Eickmann**

(Consultant und Coaching bei Beko-help.com )

#### TERMIN & ORT:

Freitag, den 26. April 2002, 9.00 – 15.30 Uhr

CON.ECT Event Center, 1070 Wien, Kaiserstraße 14/2

#### TEILNAHMEGEBÜHR:

€ 450,- + 20 % MWST

#### ZIELGRUPPE:

Help-Desk-Verantwortliche und Help-Desk-Mitarbeiter und Support-Mitarbeiter aus Unternehmen, öffentlicher Verwaltung, und Banken und Versicherungen

## Anmeldung

► Anmeldeschluss: 20. April 2002

An  
CON.ECT Eventmanagement GmbH  
Kaiserstraße 14/2, A-1070 Wien

Tel.: +43-1-5223636-36  
Fax: +43-1-5223636-10  
E-Mail: events@conect.at

- Ja, ich möchte am Frühjahrssymposium 2002 am 25. 4. 2002 in Wien kostenfrei teilnehmen.
- Ich nehme am Workshop „Der richtige Umgang mit dem User – Erfolgsfaktor Kundenservice im Support“ am 26. 4. 2002 zum Preis von € 450,- teil.
- Ich bin Mitglied des Help Desk Institutes für den deutschsprachigen Raum.
- Ich ersuche um Zusendung von Informationen über das Help Desk Institut.  
Infos auch unter <http://www.helpdeskinst.de>

Ihre Anmeldung wird bestätigt. Falls Sie nach erfolgter Anmeldung nicht teilnehmen können, geben Sie bitte bis spätestens 20. 4. 02 Bescheid. Sollte keine Abmeldung erfolgen, wird eine Bearbeitungsgebühr von € 22,- in Rechnung gestellt.

Firma:	
Name:	
Funktion:	
Straße:	
PLZ:	Ort:
Tel.:	
Fax:	
E-Mail:	
Datum:	Unterschrift:



Help Desk Institut für den deutschsprachigen Raum e.V.

Das Help Desk Institut hat sich mit seinem mehr als 18.000 Mitgliedern weltweit als der Interessensverband im Bereich des IT-Service Management etabliert. Seit 1993 ist das H.D.I.G. auch in Deutschland und Österreich als Non-Profit-Organisation vertreten und hat sich zum Ziel gesetzt, seine Mitglieder durch Literatur, Informationsveranstaltungen und Konferenzen über neueste Trends im IT-Support zu informieren. Das Help Desk Institut will dazu beitragen, den Informationsaustausch innerhalb der Supportindustrie zu fördern und die Mitglieder dahingehend zu unterstützen, neue Kontakte zu knüpfen.

Mit freundlicher Unterstützung von:

