

Fachvortrag organisiert vom



zum Thema

“Perspektivenwechsel im Kundenservice“

**mit Petra Rüegg, Geschäftsführerin QPM Marketing Services,
Expertin Servicekultur und Service-Design in Unternehmen
und Organisationen**

Die Erkenntnisse der von QPM Marketing Service lancierten Online-Umfrage „I love your Service“ sprechen Bände und bestätigen den Zeitgeist. Gestresste, ungeduldige Kunden, die sich nicht mehr wirklich festlegen wollen oder können brauchen kompetente Ansprechpartner im Unternehmen. Mehr Vertrauen und Wertschätzung anstatt nur Zahlen, Daten, Fakten. Erfahren Sie, wie es den befragten Unternehmen gelungen ist, positive Kundenerlebnisse zu schaffen.



«Perspektivenwechsel im Kundenservice»

Referat Petra Rüegg

Servolution – was heisst Service in der digitalen Welt

22. Mai 2019



Inhalt

- Perspektivenwechsel – Kundensicht & Kundendienst
- Was heisst Service in der digitalen Welt?
- Erkenntnisse aus Umfrage „I love your Service“





«Die strategische
Bedeutung des
Kundenservices steigt»

*BearingPoint, Studie Mensch und Maschine
im Kundenservice, 2017*

«...46 % der befragten
Unternehmen haben eine
kundenorientierte Strategie –
erst wenige setzen es um!»

Forschungsprojekt Uni St. Gallen

«... die Mehrheit der
Schweizer Unternehmen
löst bei Kunden keine
Begeisterungstürme aus

*Customer Experience Monitor 2018
Stimmt AG*

«... 80 % der befragten
Unternehmen glauben,
ausgezeichneten Kundenservice
bereitzustellen; nur 8 % deren
Kunden bestätigten dies!»

Bain&Company Umfrage



SWITCH ON

“

Servicekultur beginnt mit einem Lächeln

Happy people make the difference...





Schritt 1 Konsequenter Kundenfokus

1. Welchen «Perspektivenwechsel im Kundendienst» würde ich mir wünsche?
2. Was trage ich dazu bei?
3. Was erwarte ich von meinen Kollegen?



Versprechen an Kunden

Qualität "Made in Europe". Mit unseren **Produktlinien XX** stehen wir im **Schweizer Markt** in der **Spitze** der XX-Technik

Erreicht wurde dies durch jahrzehntelanges, stetiges Wachstum eines Familienbetriebes im Zeichen von **Innovation, Qualitätsgarantie** und **Kundennähe**.

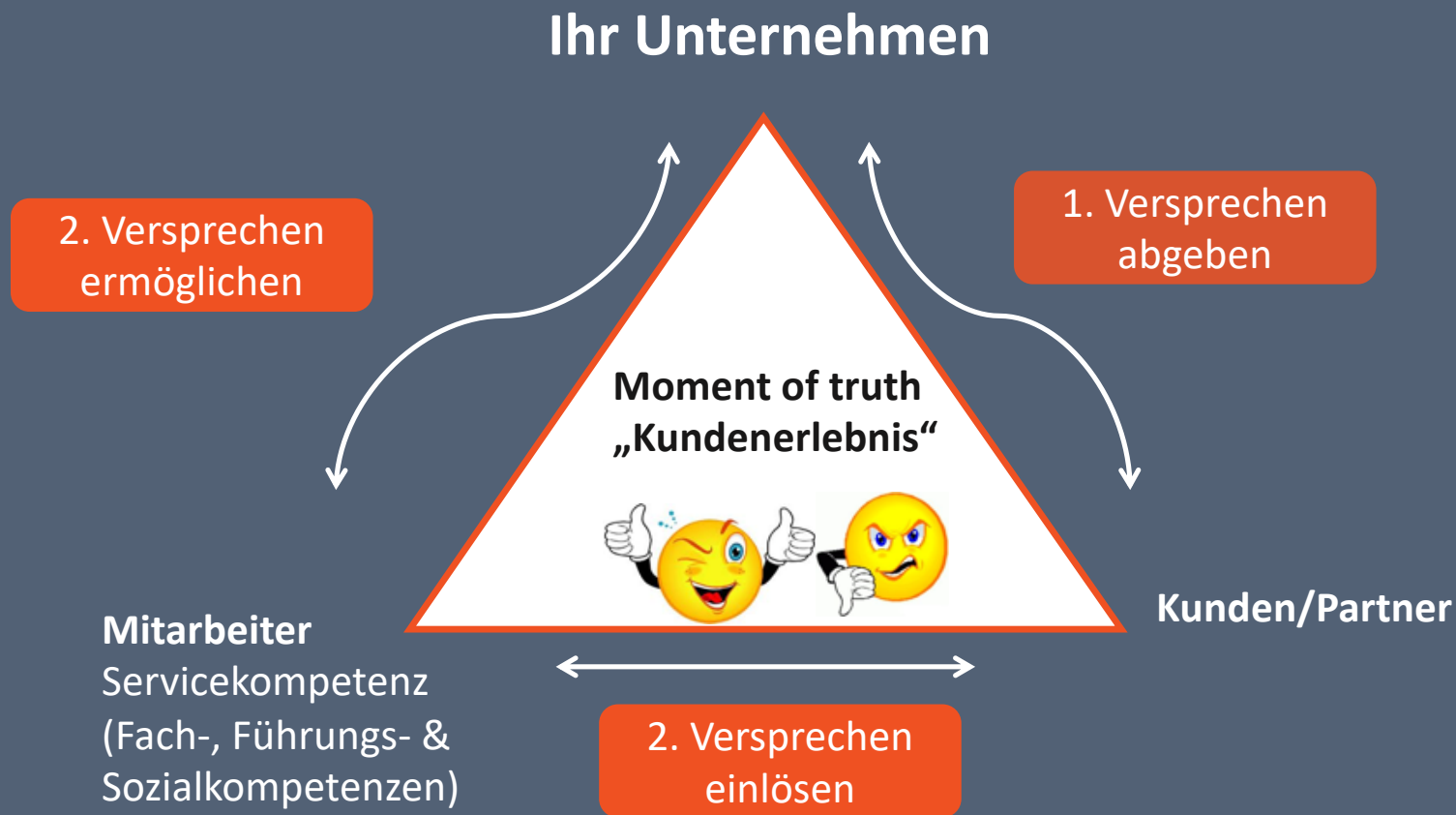
Wie erleben dies Ihre Kunden?

Wir übernehmen Verantwortung für unsere Mitarbeitenden und Kunden sowie für die Gesellschaft und **Umwelt**.

Wir verändern seit xx Jahren das Leben zum Besseren, indem wir das grossartige Geschmacks-, Pflege- und **Wohlfühlerlebnis für unsere Verbraucher neu erfinden**. Das ist unsere Geschichte.



Das Service-Dreieck



Schritt 2
Versprechen, was
man halten kann



s	n	l	b	s	e	f	h
c	e	e	e	e	i	a	e
h	l	r	s	r	n	c	r

Servolution – der künftige Wettbewerbsvorteil



Wettbewerbsvorteile



Technologie & Vertrauen

«Servolution oder was?»

Schritt 3
Kundenperspektive-
Investieren Sie
in das
Markenerlebnis



✓ Self-Service

✓ Beratungs-Service

✓ Neue Geschäftsmodelle

Schritt 4
Servolution –
Mut zur Service-
Revolution



«Kundenservice neu denken»



Services

Installation

Garantie

Überholung

Wo und wie können Sie einen Unterschied im Kundenerlebnis machen?

Wartung

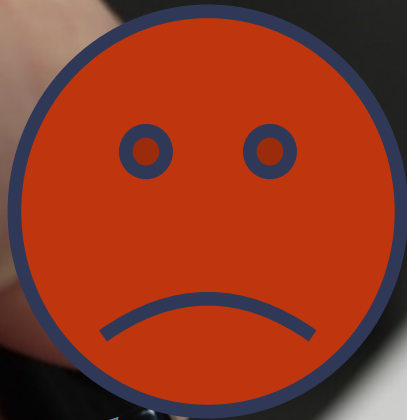
Modernisierung

Reperaturen

Verschleissteile/
Ersatzteile/
Vorrat

Planungssicherheit
(Service-Beratung)





Was nervt Kunden

warten

schlechte Verfügbarkeit

Inkompetenz

Kosten....



Was freut Kunden

Wertschätzung

Verbindlichkeit

Sicherheit

«**Perspektivenwechsel**»



Suchen
allgemein

Entscheid
für Angebot

Kaufen

Lieferung

Nach dem
Kauf

Potentiale
erkennen

«Herzstück - Customer Journey»



Go to www.menti.com and use the code 87 28 01

Einfacher
Schneller
Besser

57%

Kaufentscheidungsprozess

57% des Kaufentscheiders werden vor dem ersten persönlichen Kontakt mit dem Anbieter getroffen.

Quelle: Microsoft

Mobile first?
KI first?
People first?

50%

Digital Natives

Ab 2020 sind mehr als 50% Ihrer Kunden und Mitarbeitenden «Digital Natives».

Quelle: PwC

Annahme



Produktivitätssteigerung

Die Möglichkeit von unterwegs zu arbeiten, führt zu einer Produktivitätssteigerung von 25%.

Quelle: Mummert Consulting

«Herzstück - Customer Journey»





Service-
Solution?

Service-
Revolution?

«Wann wird Servicekultur zum
Wettbewerbsvorteil?»

Machen Sie die
Servicestrategie
für Kunden
erlebbar





Erkenntnisse Umfrage «I love your service»

a) **Leadership**,
Leidenschaft, Coaching,
Vorbild-Rolle,
Vertrauens-Faktor

b) **Trainings**
Lernende Organisation
(Mitarbeiter stärken)

c) **Kommunikation**
Offener Dialog,
lösungsorientierte
Sprache - Feedback-
Kultur

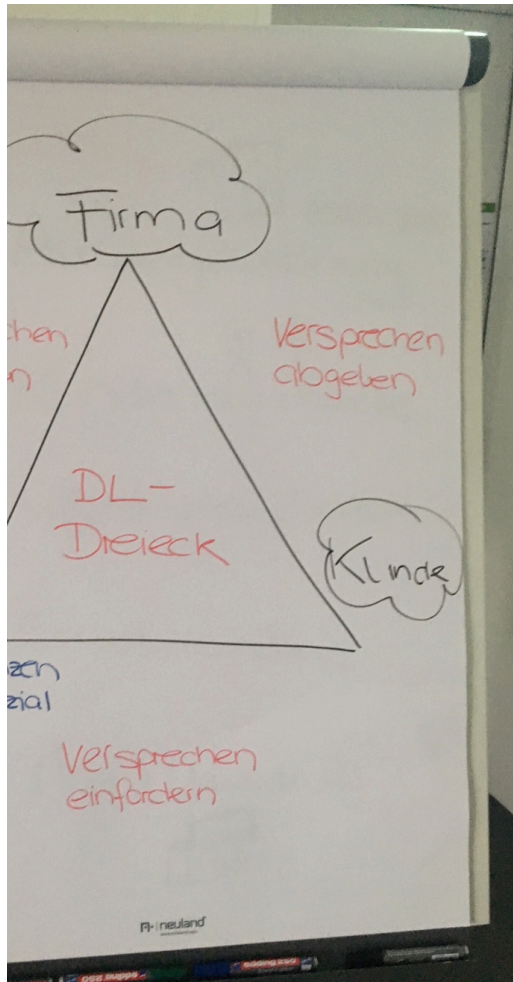




«Internes Serviceverständnis»

Servicekompetenz
Gefahr & Chance





- Was stärkt die Motivation
- ✓ Rolle klar
 - ✓ Erwartungen klar
 - ✓ Zugang zu Infos
 - ✓ Vertrauen anstatt Angst
 - ✓ sinnstiftend

Markenbotschafter

Happy people make the difference

«Engagierte Mitarbeitende»



Teamspirit?

**Wettkampf oder
Wetteifer?**

**Vertrauens-
Faktor?**

**Den besten Job
machen können!**





[Video](#)

«Wie umsetzen? Ihr Plan!»

5. Fördern Vertrauens-Faktor & Servicekompetenz



Services



Schritt 1
Konsequenter
Kundenfokus

Schritt 2
Versprechen, was
man halten kann

Schritt 3
Kundenperspektive -
investieren Sie in positive
Markenerlebnisse
(Customer-Journey)

Schritt 4
Servolution - Mut zur
Service-Revolution

SWITCH ON

5. Vertrauensfaktor &
Servicekompetenz
Ihrer Mitarbeitenden fördern





«Fragen?»



Herzlichen Dank!

QPM Marketing Services
Petra Rüegg, Inhaberin
servicekultur@qpm-ms.ch
www.qpm-ms.ch

Expertin für Servicekultur & Service-Design.

