Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

12.01. 2012

PIDAS zeigt beim Customer Care Day 2012 Wege zu einer gelebten Kundenorientierung

Von SpartaPR



Bild Rechte
PIDAS AG

Zürich, im Januar 2012 – Dass es sich beim Customer Experience Management (CEM) nicht um einen weiteren schwammigen Begriff aus den Marketingabteilungen, sondern um einen fundierten und erfolgsversprechenden Strategieansatz handelt, belegen die PIDAS AG und die CustVox AG beim diesjährigen Customer Care Day. In der Giesserei Zürich-Oerlikon werden sie am 26. Januar unter anderem anhand von Fallstudien zeigen, wie Potentiale im Bereich Kundenservice entdeckt und erfolgreich weiterentwickelt werden. Daneben werden sich Vorstandsvertreter von Weltbild, Swiss International Air Lines, Mobility Carsharing und Interhome in einem Diskussionspanel unter dem Motto „Wo und wann lohnt es sich, in Customer Care zu

investieren… aus KUNDENSICHT?“ austauschen. Moderiert wird die Diskussion durch Phil Winters, Strategic Advisor bei der Pepper & Rogers Group, der zudem in einem Vortrag aufzeigt, wie sich durch intelligente Kundenentscheidungsprozesse ein entscheidender Wettbewerbsvorteil schaffen lässt.

„Bis in die jüngste Vergangenheit hinein war für viele Unternehmen Kundeservice nicht viel mehr als Beschwerdemanagement – sprich Schadensbegrenzung. Einige Firmen haben dann jedoch begriffen, dass die Qualität des Kundenservice ein ganz zentrales Wettbewerbselement vor allem in den Branchen wurde, in denen sich die Anbieter kaum über Preis oder Produktqualität differenzieren konnten. Beim Customer Experience Management gehen wir nun einen Schritt weiter, denn die Wirtschaft und das Kundenverhalten haben sich weiterentwickelt“, erklärt Werner Hoppler, CEO der PIDAS AG. „Die Entwicklung hin zu einer Social Customer Economy hat dazu geführt, dass die Kunden ein Bestandteil der Service-Organisation geworden sind. Sie übernehmen eine zunehmend aktive Rolle, sorgen für höhere Effizienz des Service-Workflows und werden zum wertvollen Bestandteil des Innovationsprozesses – wenn es gelingt CEM strategisch innerhalb des Unternehmens zu verankern.“

PIDAS und CustVox stützen sich dabei auf zahlreiche Praxisbeispiele, die auch an diesem Anlass vorgestellt werden. Zudem belegt die Langzeitstudie „Service Benchmark“, die von PIDAS seit 2004 regelmässig in Auftrag gegeben wird, dass durch unzureichende Berücksichtigung der Kundenwünsche in den Serviceprozessen ein Umsatzverlust von 24 Prozent entsteht. Eine Analyse von Forrester Research in der Mobilfunk-Branche beziffert sogar ein Umsatzsteigerungspotential von 1,7 Milliarden US-Dollar durch die Implementierung von CEM.

Wie integriertes CEM in Unternehmen erfolgreich und nachhaltig umgesetzt werden kann, das beschreibt PIDAS bei der Veranstaltung in Zürich in der erstmaligen Vorstellung des neuen Customer Care Concepts. Frédéric Monard, Consulting Partner bei PIDAS, erklärt dazu: „Das Customer Care Concept 2.0 ist ein Framework für den Aufbau von kundenzentrierten, effektiven und effizienten Service-Organisationen in der Social Customer Economy. Mit diesem Framework können Unternehmen den externen und internen Herausforderungen mit neuen Service Modellen intelligent begegnen und damit Kundenloyalität und Verkaufsperformance sowie Serviceeffizienz und Mitarbeiterloyalität signifikant steigern“. Seit Jahren ist PIDAS mit dem Customer Care Concept am Markt erfolgreich und hat dessen Ansätze nun in der Version 2.0 an die jüngsten Entwicklungen angepasst.

Werner Hoppler freut sich auf einen angeregten Austausch: „Der Customer Care Day soll und wird interessierten Besuchern sehr anschaulich machen, wie mit Hilfe eines erprobten Konzepts aus dem Schlagwort Customer Experience Management ein gelebter Strategieansatz wird. Wir hoffen auf zahlreiche Gäste, die sich sowohl untereinander als auch mit unseren Mitarbeitern und den externen Experten über das Thema CEM in Zürich am 26. Januar austauschen werden.“

Über die Organisation:

PIDAS ist ein Dienstleistungsunternehmen, das sich im Bereich Kundenservice auf den Aufbau, die Optimierung sowie den Betrieb von Service-Organisationen wie IT Service Desks und Customer Care Center spezialisiert hat. Das Unternehmen bezieht bei seinen Lösungen die Elemente Strategie, Mensch, Organisation und Technik ein. Bei seinen Lösungsansätzen setzt PIDAS deshalb auf das selbst entwickelte Customer Care Concept. Das Konzept, welches sich mittlerweile zu einem Branchenstandard entwickelt hat, beschreibt anhand der fünf Kernkomponenten Multichanneling, Single Point of Contact, Kompetenzstufen, Prozessorientierung und Reporting die optimale Service-Organisation und bietet praxisnahe Handlungsanweisungen zur Optimierung und Automatisierung von Service-Prozessen. Das Unternehmen mit Niederlassungen in Basel, Zürich, Wien, Graz und Frankfurt am Main wurde 1987 als 100%ige Tochtergesellschaft der POLYDATA-Gruppe in Zürich gegründet und beschäftigt im deutschsprachigen Raum Europas rund 250 Mitarbeitende.

Pressekontakt:

PIDAS Aktiengesellschaft
Lindenstrasse 38
8034 Zürich
Schweiz
Telefon: +41 44 388 98 68
Fax: +41 44 388 98 78
E-Mail: ph@spartapr.com
Web: www.pidas.com

Kategorie
IT & Software & Neue Medien

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/pidas-zeigt-beim-customer-care-day-2012-wege-zu-einer-gelebten-kundenorientierung*