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

09.02. 2012

Umfrage von PIDAS: Effizientes CEM erfordert zentrale Technologieplattform – Ein Single Point of Information schafft Wettbewerbsvorteil für Unternehmen

Von SpartaPR



Bild Rechte
PIDAS AG

(Zürich) Die Chancen und Herausforderungen, die Customer Experience Management (CEM) mit sich bringt, waren Hauptthema beim diesjährigen Customer Care Day der PIDAS AG in Zürich.

Zürich, den 09. Februar 2012 – Die Chancen und Herausforderungen, die Customer Experience Management (CEM) mit sich bringt, waren Hauptthema beim diesjährigen Customer Care Day der PIDAS AG in Zürich. Über 80 Experten aus den Bereichen Contact Center und Kundenservice diskutierten miteinander über die technologischen, strukturellen und prozessualen Aspekte, die eine am Kundenbedürfnis ausgerichtete Unternehmenskultur mit sich bringt. Dabei ergab eine Umfrage unter den Experten, dass 92 Prozent der Verantwortlichen im Kundenservice eine zentrale Technologieplattform für erforderlich halten um CEM effizient umzusetzen.

Den Auftakt zum Customer Care Day machte der CEO der PIDAS AG, Werner Hoppler, bevor Frédéric Monard, Leiter Consulting der PIDAS AG, mit Phil Winters den ersten Referenten des Tages vorstellte. Der gebürtige US-Amerikaner, Strategic Advisor bei der Peppers & Rogers Group, begeisterte mit interessanten Praxisbeispielen aus der Welt des CEM. Phil Winters machte vor allem die Lücke zwischen dem Serviceverständnis von Kunden und dem Serviceverständnis von Unternehmen zum Thema. Winters erläuterte, worin sich wahre Kundenbedürfnisse manifestieren – und dass diese nur selten ausschließlich mit Produkten befriedigt werden können. Er betonte, dass Unternehmen zunächst lernen müssten, Kunden als Individuen mit Wünschen und Bedürfnissen zu betrachten und nicht als Konsumenten.

Wie sich ein Unternehmen möglichst effektiv auf die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden einstellen kann, beschrieb Patrick Bodinoli für die UPC Cablecom, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die Stimme des Kunden zu verstehen und zu messen, um dadurch die Performance der gesamten Organisation zu verbessern. Er schilderte dabei konkrete Maßnahmen und die Ergebnisse, die sein Unternehmen schon nach kurzer Zeit erzielen konnte.

Mit einer Umfrage unter den Teilnehmern begann das Expertengespräch zwischen Dr. Hans-Peter Uebersax, Leiter Solutions der PIDAS AG, und Donat Grimm, Chief Marketing Officer der Custvox AG. Dabei wurde klar, dass sich fast alle Teilnehmer der Veranstaltung einig waren: 92 Prozent stimmten der These zu, dass erfolgreiches Customer Experience Management eine zentrale Technologie Plattform benötigt, um Kundenerlebnisse zu ermöglichen und gleichzeitig zu messen. Ein Single Point of Information (SPOI) ist die zentrale Komponente einer solchen CEM-Plattform und ermöglicht eine Rund-um-Sicht auf die Kundeninteraktionen an allen Touchpoints. Der SPOI ist eine Voraussetzung für den Aufbau einer lernenden Kundenbeziehung auf deren Basis der Kunde individuell angesprochen und betreut werden kann. Die einzigartigen Kundenbeziehungen lassen sich also über den SPOI voll ausschöpfen und verschaffen dem Unternehmen einen nachhaltigen, nicht kopierbaren Wettbewerbsvorteil. Der SPOI ist deshalb auch das zentrale Element in der neuen Version des Customer Care Concepts.

Dieses Konzept wurde im Anschluss von Frédéric Monard präsentiert. 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. „Die Umsetzung eines erfolgreichen Customer Care Concepts setzt voraus, dass die Unternehmen erkennen, dass es mit After Sales-Service noch lange nicht getan ist. Ein professionelles Konzept beinhaltet, dass potentielle, aktuelle und ehemalige Kunden umfassend betreut werden. Außerdem richtet es sich gezielt an der Kundenzufriedenheit, der Kundentreue und der Kundenrückgewinnung aus“, erklärte Monard.

Lebhaft ging es dann beim abschließenden Diskussionspanel zu, das unter der Frage stand „Wo und wann lohnt es sich, in Customer Care zu investieren … aus Kundensicht?“. Moderator Phil Winters entlockte Rita Graf, CEO von Weltbild Schweiz, Markus Binkert, Head of Marketing von Swiss International Air Lines, Adamo Bonorva, GL-Mitglied der Gruppenleitung von Mobility Carsharing und Marco Amos, Geschäftsführer von Interhome Schweiz sehr interessante Antworten und spannende Anekdoten aus dem Geschäftsalltag. Unisono nannten die Führungskräfte vor allem die Konsolidierung und Auswertung der unzähligen Daten, die im Kundenservice erfasst werden, als eine der größten Herausforderungen um die Qualität des CEM zu messen und kontinuierlich zu verbessern.

Der nächste Customer Care Day findet am 24. Januar 2013 statt.

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: info@pidas.com
Web: www.pidas.com

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/umfrage-pidas-effizientes-cem-erfordert-zentrale-technologieplattform-ein-single*