



**Durch schlechten Service**

# Vorstellung

## **Christian Hasemann**

Key Account Manager

### **9 Jahre Agentur Erfahrung**

Betreuung/Beratung verschiedenster Kunden/Projekte  
Mercedes, Porta Möbel, Bahlsen, Philips, Reebok, Ferrero...

### **4 Jahre D+S**

„Service ist das neue Marketing“  
„Service Engineers“  
Julius Bär, Aldiana...

### **Seit 1,5 Jahren Webservice-First**

Omni Channel Communication Tool mit Wissensdatenbank  
DAK, VTB Direkt Bank, Mydays, Roller, Navigon...

# Was haben wir vor

## **Ist-Situation:**

### **Unternehmensdarstellung vs. Customer Journey**

#### **Worauf man achten sollte**

- Vor dem Kontakt
- Während des Kontaktes
- Nach dem Kontakt

#### **So könnte es gehen**

- bedürfnisorientiert
- Suchmaschinenoptimiert
- Under control

# Unternehmensdarstellung vs. Customer Journey

CI, CD...



???!

Bedürfnisse

Ziel:



# Unternehmensdarstellung vs. Customer Journey

	Navigate website	Visit FAQ section	Submit a request	Follow up from customer service	Resolution
Customer process	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arrive at website</li> <li>Navigate for help section</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Look for relevant question</li> <li>Look for topic answers</li> <li>Search for contact numbers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Find query form</li> <li>Enter personal details</li> <li>Find account number</li> <li>Submit query</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wait for call back or email from customer services</li> <li>Can it be dealt with, or does it need to be referred?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Problem is solved by customer services</li> </ul>
Internal Process	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal process example</li> <li>Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal process example</li> <li>Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal process example</li> <li>Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal process example</li> <li>Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal process example</li> <li>Internal process example</li> </ul>
Experience	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Examples of positive experience</li> <li>Examples of positive experience</li> <li>Examples of positive experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Examples of negative experience</li> <li>Examples of negative experience</li> <li>Examples of negative experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Examples of negative experience</li> <li>Examples of negative experience</li> <li>Examples of negative experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Examples of average experience</li> <li>Examples of average experience</li> <li>Examples of average experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Examples of positive experience</li> <li>Examples of positive experience</li> <li>Examples of positive experience</li> </ul>
Improvements and key learnings	<ol style="list-style-type: none"> <li>Improvement, or learnings to maintain high performance</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Improvement, or learnings to improve poor performance?</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Reduce the form down to Improvement, or learnings to improve poor performance?</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Reduce the form down to Improvement, or learnings to improve average performance?</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Improvement, or learnings to maintain high performance</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ol>

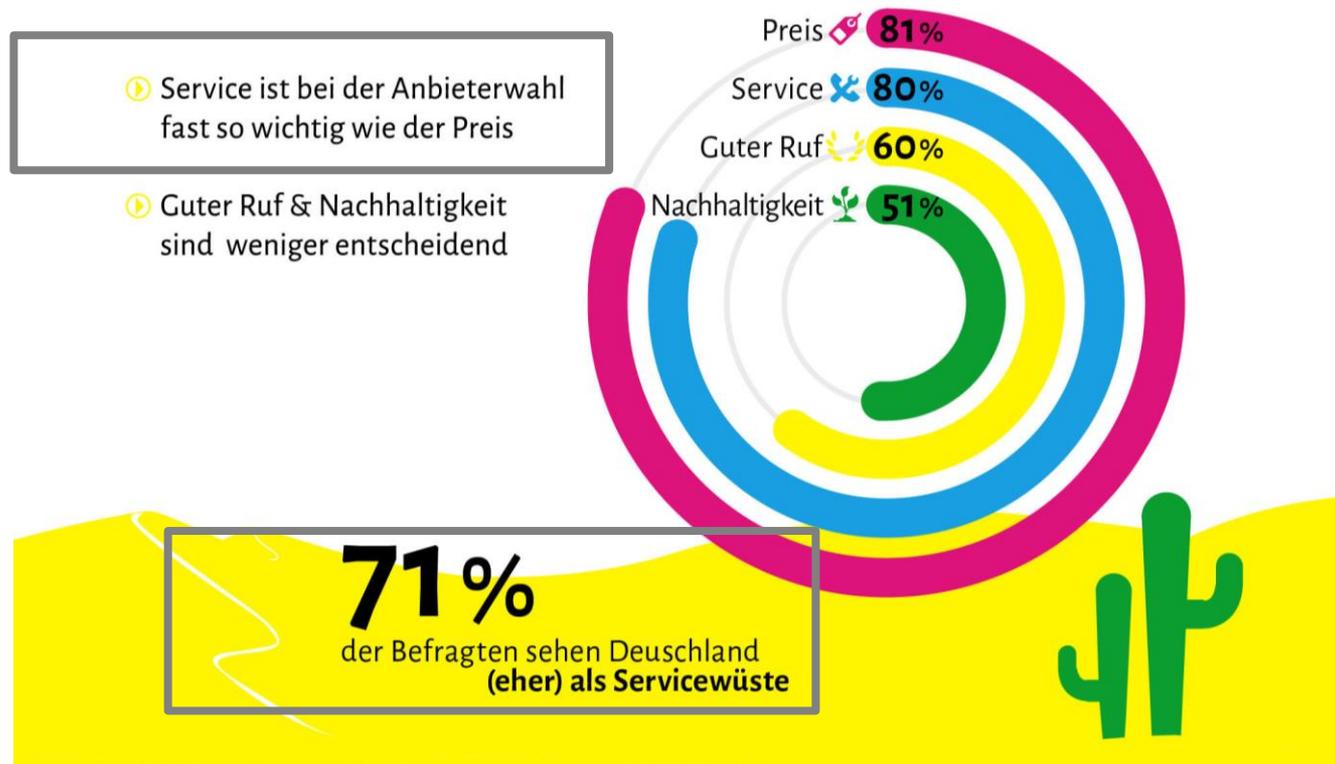
# Unternehmensdarstellung vs. Customer Journey

	Navigate website	Visit FAQ section	Submit a request	Follow up from customer service	Resolution
Customer process	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arrive at website</li> <li>• Navigate for help section</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Look for relevant question</li> <li>• Look for topic answers</li> <li>• Search for contact numbers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Find query form</li> <li>• Enter personal details</li> <li>• Find account number</li> <li>• Submit query</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wait for call back or email from customer services</li> <li>• Can it be dealt with, or does it need to be referred?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problem is solved by customer services</li> </ul>
Internal Process	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>
Experience					
Improvements and key learnings	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Improvement, or learnings to maintain high performance</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Improvement, or learnings to improve poor performance?</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reduce the form down to Improvement, or learnings to improve poor performance?</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reduce the form down to Improvement, or learnings to improve average performance?</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Improvement, or learnings to maintain high performance</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>

# Service-Wüste...

Studie „Service in Deutschland“ Okt 2015

Das ist den Deutschen beim Kundenservice wichtig  
Anteil der Befragten, die bei der Anbieterwahl mit äußerst/sehr wichtig geantwortet haben



# So sollte es gehen: Service entlang der Customer Journey

Kenne deinen Kunden

Halte Barrieren so niedrig wie möglich

Sei „auf Zack“ – der User ist es auch...

was braucht es dazu?...

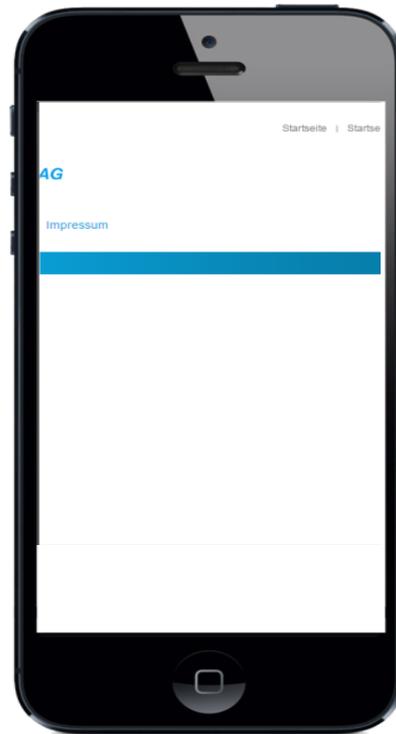
## Im Optimalfall - Kontaktvermeidung

Website (inkl. Support-Bereich) sollte vorhanden sein...



## Kontaktvermeidung – Site sollte lesbar sein

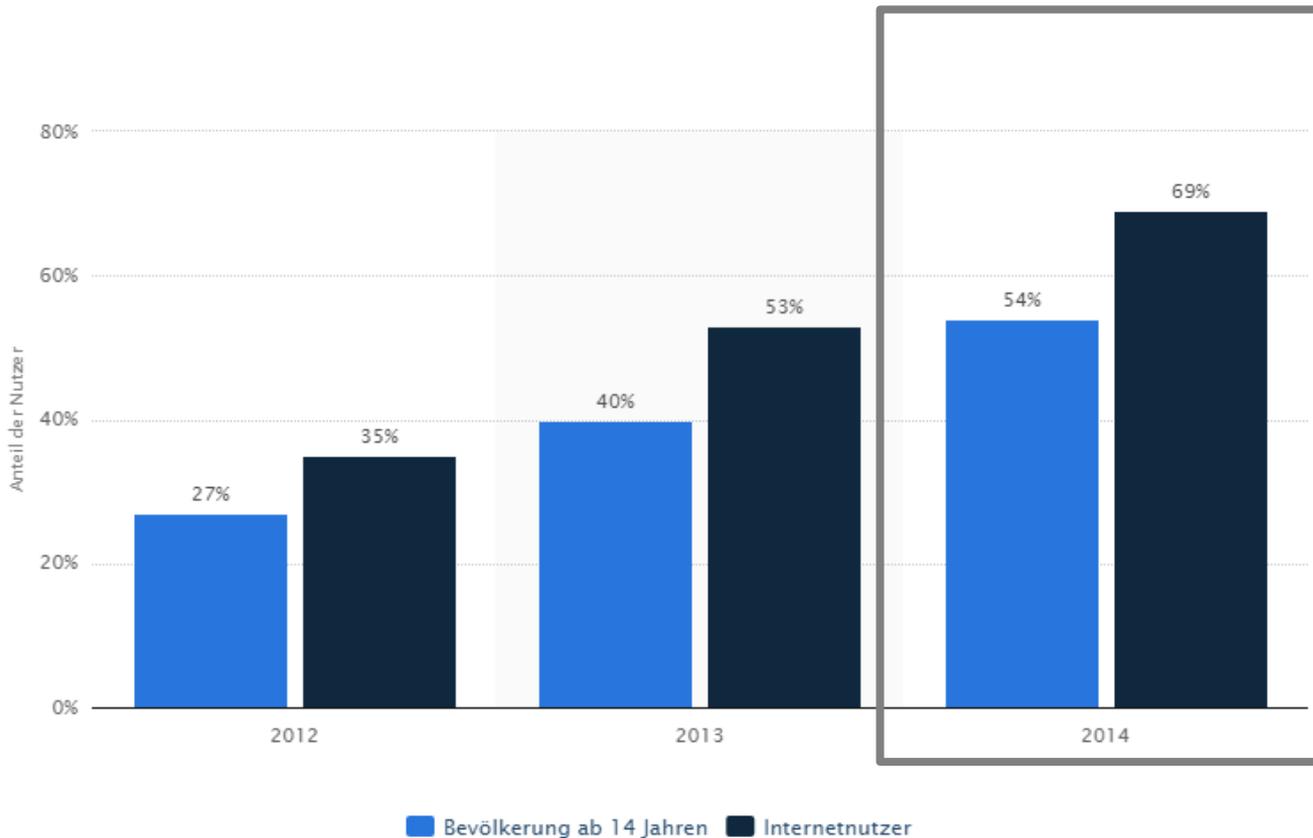
Mobil wäre ratsam...



Sehen Sie was?

## Kontaktvermeidung – Site sollte lesbar sein

69% der Internetnutzer waren 2014 bereits mobil (99% der 18-24 jährigen)



<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/197383/umfrage/mobile-internetnutzung-ueber-handy-in-deutschland/>

# Kontaktvermeidung – FAQs anbieten

## Gutes Beispiel: Amazon

The screenshot shows the Amazon.de help page with the following content:

- Meine Bestellungen**
  - Lieferungen nachverfolgen
  - Bestellungen ändern oder stornieren
- Rücksendungen und Erstattungen**
  - Artikel zurücksenden
  - Rücksendetikett
- Geräteunterstützung**
  - Weitere Hilfe und Unterstützung für Ihre Geräte
  - Problemlösungen für Ihre Geräte
- Prime-Mitgliedschaft**
  - Mehr über meine Prime Vorteile erfahren
  - Mitgliedschaft verwalten
- VISA Zahlungen**
  - Zahlungsarten verwalten
  - Neue Zahlungsarten hinterlegen
- Kontoeinstellungen**
  - E-Mail-Adresse oder Passwort ändern
  - Anmeldeinformationen verwalten

**Gesuchte Information nicht gefunden?**

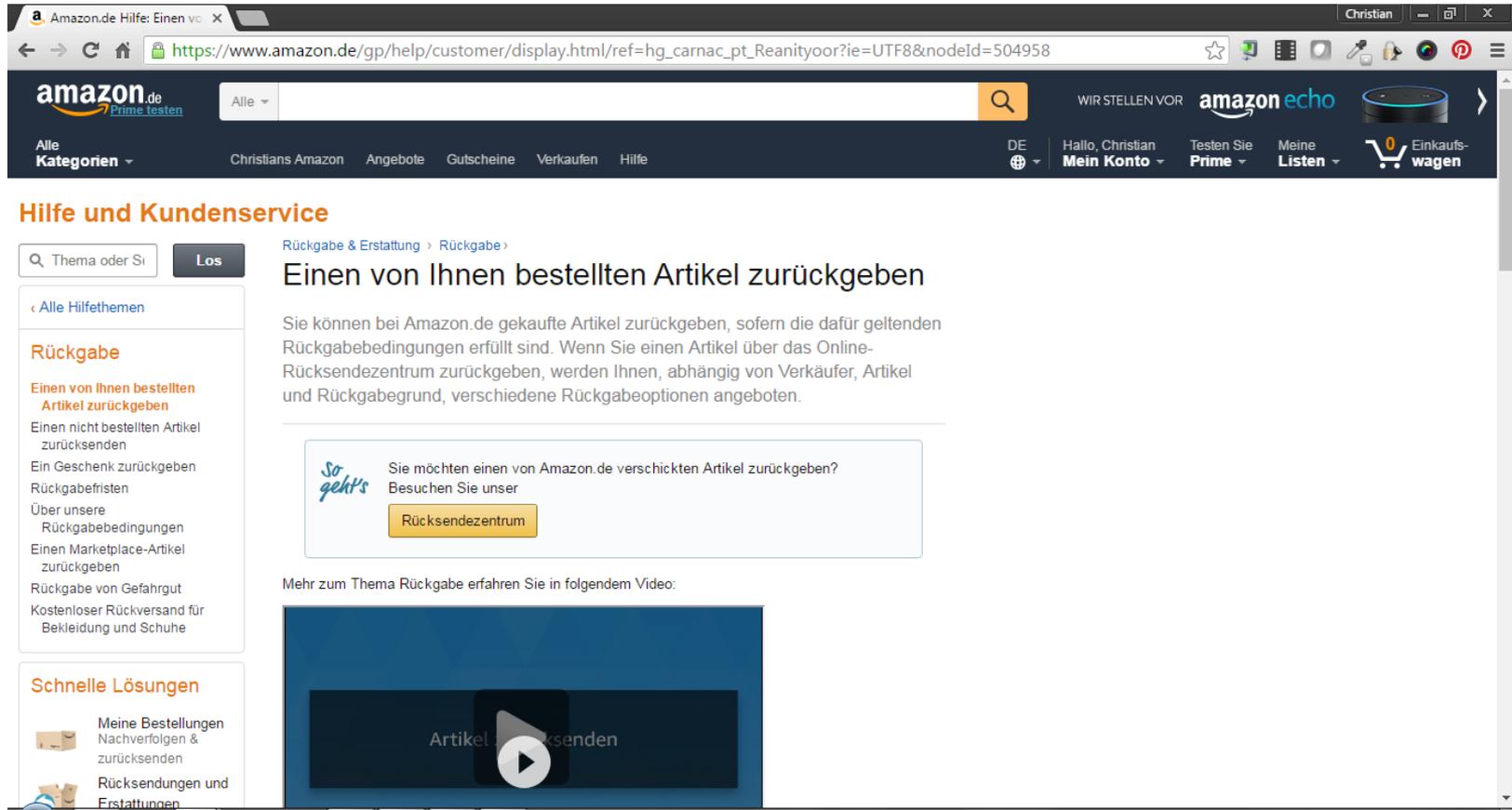
Suchfeld:

**Hilfethemen durchsuchen**

<b>Empfohlene Themen</b>	<b>Erfahren Sie mehr über...</b>	<b>Schnelle Lösungen</b>
Versand & Lieferung	Einen von Ihnen bestellten Artikel zurückgeben	Lieferung verfolgen oder Bestellung anzeigen
Mein Konto	Über Kauf auf Rechnung	Zahlungsarten verwalten
Bezahlen & Rechnung	Über Anmelden und Abmelden	Artikel zurücksenden oder ersetzen
Rückgabe & Erstattung		

# Kontaktvermeidung – FAQs anbieten

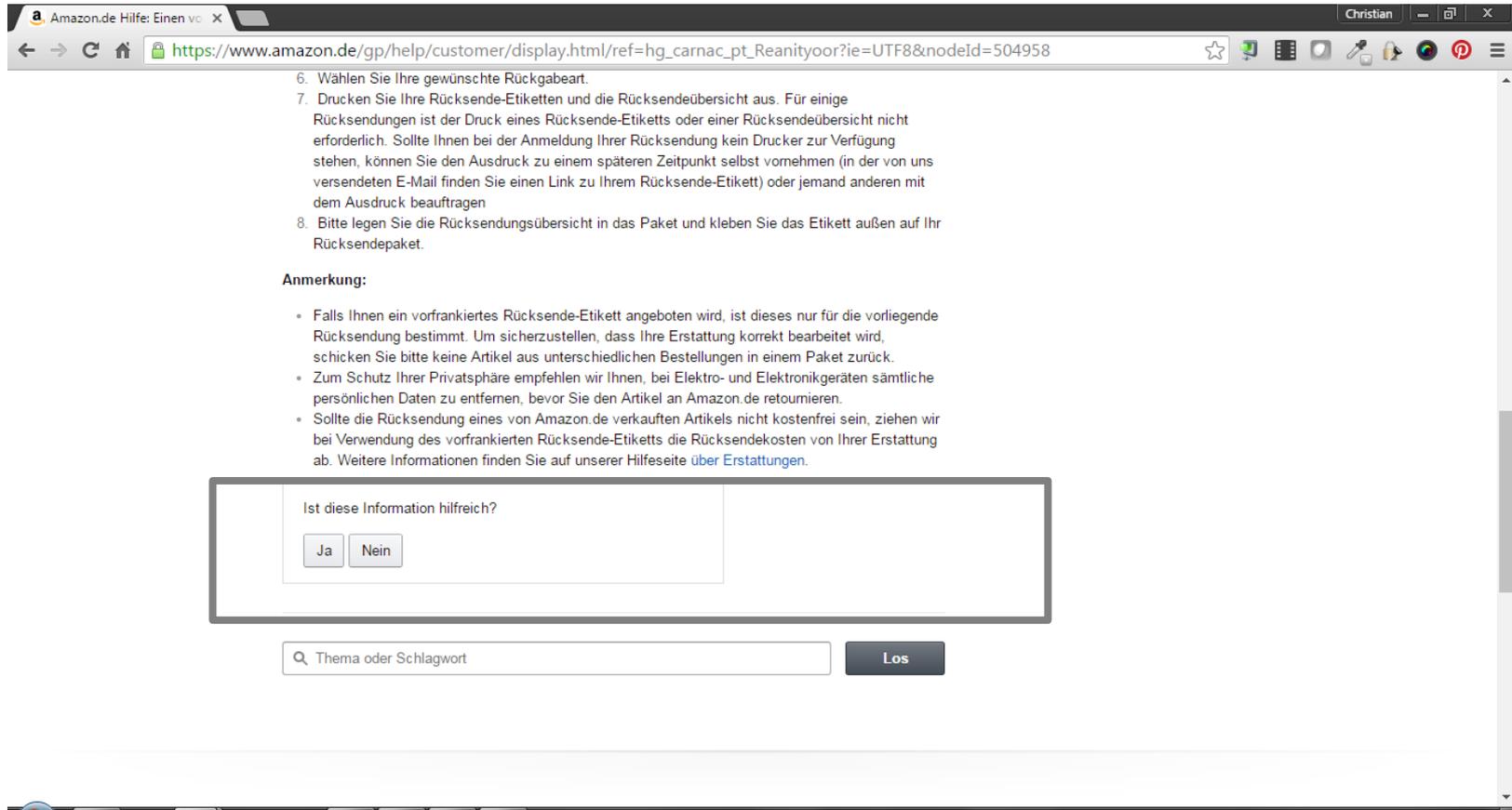
## Direktverlinkung, „How to“ - Videos



The screenshot shows the Amazon.de help page for returning items. The browser address bar displays the URL: [https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html/ref=hg\\_carnac\\_pt\\_Reanityoor?ie=UTF8&nodeId=504958](https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html/ref=hg_carnac_pt_Reanityoor?ie=UTF8&nodeId=504958). The page title is "Hilfe und Kundenservice". The main heading is "Einen von Ihnen bestellten Artikel zurückgeben". Below the heading, there is a text block explaining the return process: "Sie können bei Amazon.de gekaufte Artikel zurückgeben, sofern die dafür geltenden Rückgabebedingungen erfüllt sind. Wenn Sie einen Artikel über das Online-Rücksendezentrum zurückgeben, werden Ihnen, abhängig von Verkäufer, Artikel und Rückgabegrund, verschiedene Rückgabeoptionen angeboten." A call-to-action box with the text "So geht's" and "Sie möchten einen von Amazon.de verschickten Artikel zurückgeben? Besuchen Sie unser Rücksendezentrum" is present. Below this, there is a video player with the title "Mehr zum Thema Rückgabe erfahren Sie in folgendem Video:" and a video thumbnail showing a play button and the text "Artikel zurücksenden". The left sidebar contains a search bar and a list of help topics under "Rückgabe", including "Einen von Ihnen bestellten Artikel zurückgeben", "Einen nicht bestellten Artikel zurücksenden", "Ein Geschenk zurückgeben", "Rückgabefristen", "Über unsere Rückgabebedingungen", "Einen Marketplace-Artikel zurückgeben", "Rückgabe von Gefahrgut", and "Kostenloser Rückversand für Bekleidung und Schuhe". There is also a "Schnelle Lösungen" section with "Meine Bestellungen Nachverfolgen & zurücksenden" and "Rücksendungen und Erstattungen".

# Kontaktvermeidung – FAQs anbieten

## Feedback einfordern



The screenshot shows a web browser window with the Amazon.de help page. The address bar shows the URL: [https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html/ref=hg\\_carnac\\_pt\\_Reanityoor?ie=UTF8&nodeId=504958](https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html/ref=hg_carnac_pt_Reanityoor?ie=UTF8&nodeId=504958). The page content includes a list of instructions for returning items, an 'Anmerkung' (Note) section, and a feedback form.

6. Wählen Sie Ihre gewünschte Rückgabeart.

7. Drucken Sie Ihre Rücksende-Etiketten und die Rücksendeübersicht aus. Für einige Rücksendungen ist der Druck eines Rücksende-Etiketts oder einer Rücksendeübersicht nicht erforderlich. Sollte Ihnen bei der Anmeldung Ihrer Rücksendung kein Drucker zur Verfügung stehen, können Sie den Ausdruck zu einem späteren Zeitpunkt selbst vornehmen (in der von uns versendeten E-Mail finden Sie einen Link zu Ihrem Rücksende-Etikett) oder jemand anderen mit dem Ausdruck beauftragen

8. Bitte legen Sie die Rücksendungsübersicht in das Paket und kleben Sie das Etikett außen auf Ihr Rücksendepaket.

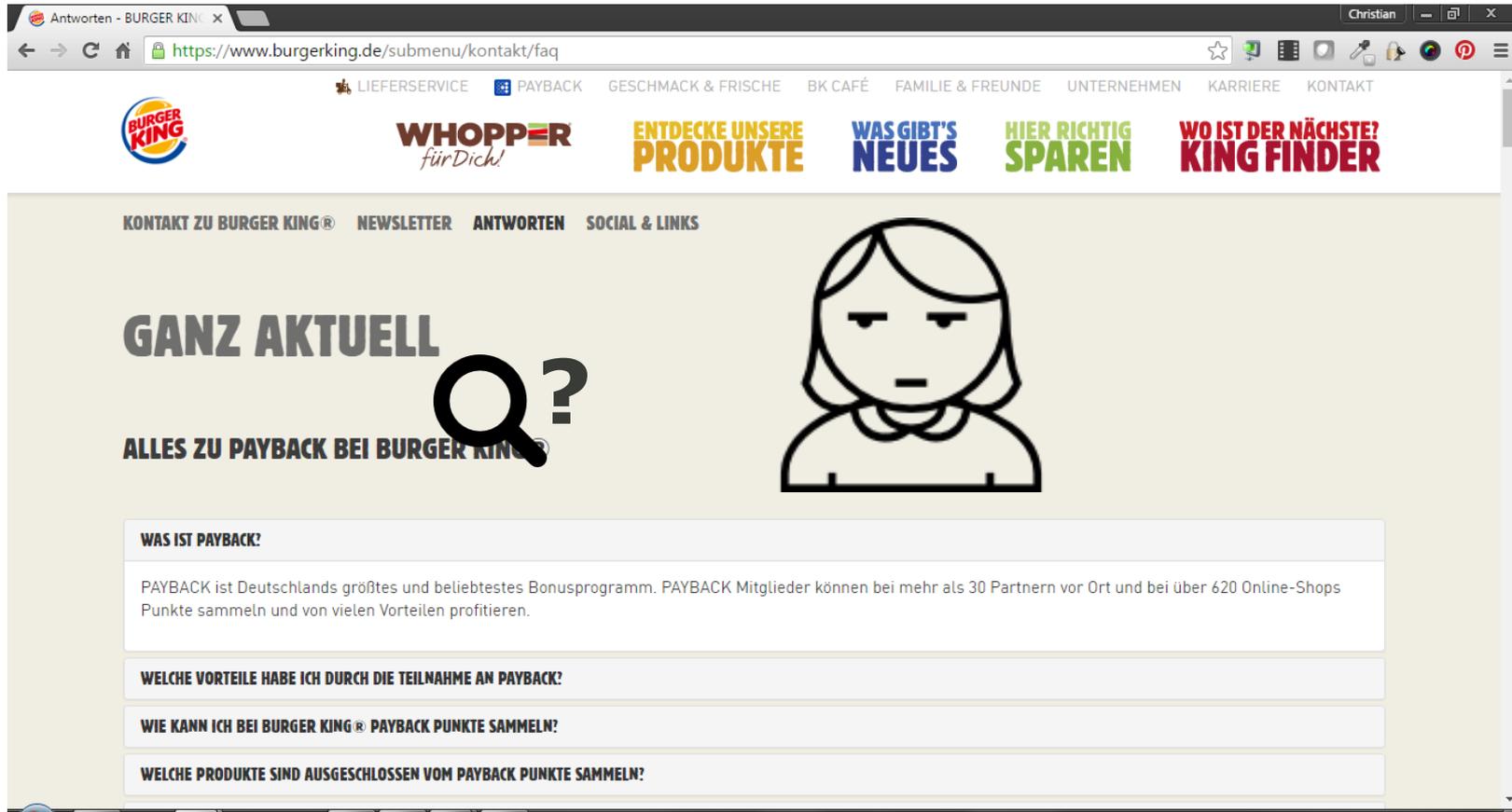
**Anmerkung:**

- Falls Ihnen ein vorfrankiertes Rücksende-Etikett angeboten wird, ist dieses nur für die vorliegende Rücksendung bestimmt. Um sicherzustellen, dass Ihre Erstattung korrekt bearbeitet wird, schicken Sie bitte keine Artikel aus unterschiedlichen Bestellungen in einem Paket zurück.
- Zum Schutz Ihrer Privatsphäre empfehlen wir Ihnen, bei Elektro- und Elektronikgeräten sämtliche persönlichen Daten zu entfernen, bevor Sie den Artikel an Amazon.de retournieren.
- Sollte die Rücksendung eines von Amazon.de verkauften Artikels nicht kostenfrei sein, ziehen wir bei Verwendung des vorfrankierten Rücksende-Etiketts die Rücksendekosten von Ihrer Erstattung ab. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Hilfeseite [über Erstattungen](#).

Ist diese Information hilfreich?

Q Thema oder Schlagwort

# Kontaktvermeidung – bieten Sie zu Ihren FAQs auch eine Suche

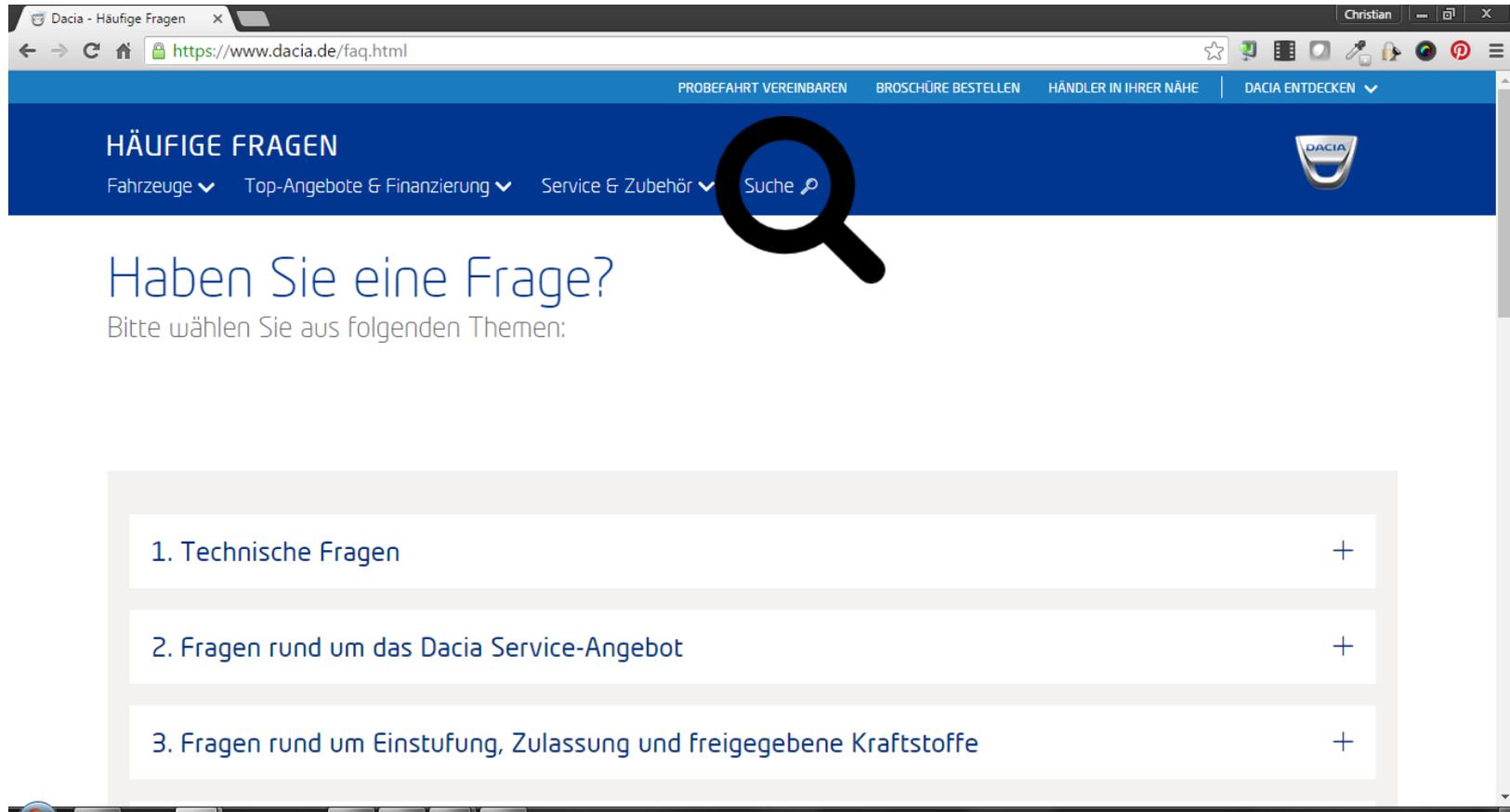


The screenshot shows the Burger King website's FAQ page. The browser address bar displays <https://www.burgerking.de/submenu/kontakt/faq>. The navigation menu includes: LIEFERSERVICE, PAYBACK, GESCHMACK & FRISCHE, BK CAFÉ, FAMILIE & FREUNDE, UNTERNEHMEN, KARRIERE, and KONTAKT. The main navigation bar features the Burger King logo and five promotional buttons: WHOPPER für Dich!, ENTDECKE UNSERE PRODUKTE, WAS GIBT'S NEUES, HIER RICHTIG SPAREN, and WO IST DER NÄCHSTE? KING FINDER. Below the navigation, a secondary menu lists: KONTAKT ZU BURGER KING®, NEWSLETTER, ANTWORTEN, and SOCIAL & LINKS. The main content area has a large heading "GANZ AKTUELL" followed by a search icon (magnifying glass) and a question mark. To the right is a simple line-art icon of a person's head and shoulders. Below this, there are four FAQ items, each with a question in a light blue box and an answer in a white box:

- WAS IST PAYBACK?**  
PAYBACK ist Deutschlands größtes und beliebtestes Bonusprogramm. PAYBACK Mitglieder können bei mehr als 30 Partnern vor Ort und bei über 620 Online-Shops Punkte sammeln und von vielen Vorteilen profitieren.
- WELCHE VORTEILE HABE ICH DURCH DIE TEILNAHME AN PAYBACK?**
- WIE KANN ICH BEI BURGER KING® PAYBACK PUNKTE SAMMELN?**
- WELCHE PRODUKTE SIND AUSGESCHLOSSEN VOM PAYBACK PUNKTE SAMMELN?**

# Kontaktvermeidung – und bieten Sie eine funktionierende Suche

Die Suche sollte auch zum Ziel führen  
z.B. Dacia (Rußpartikelfilter)

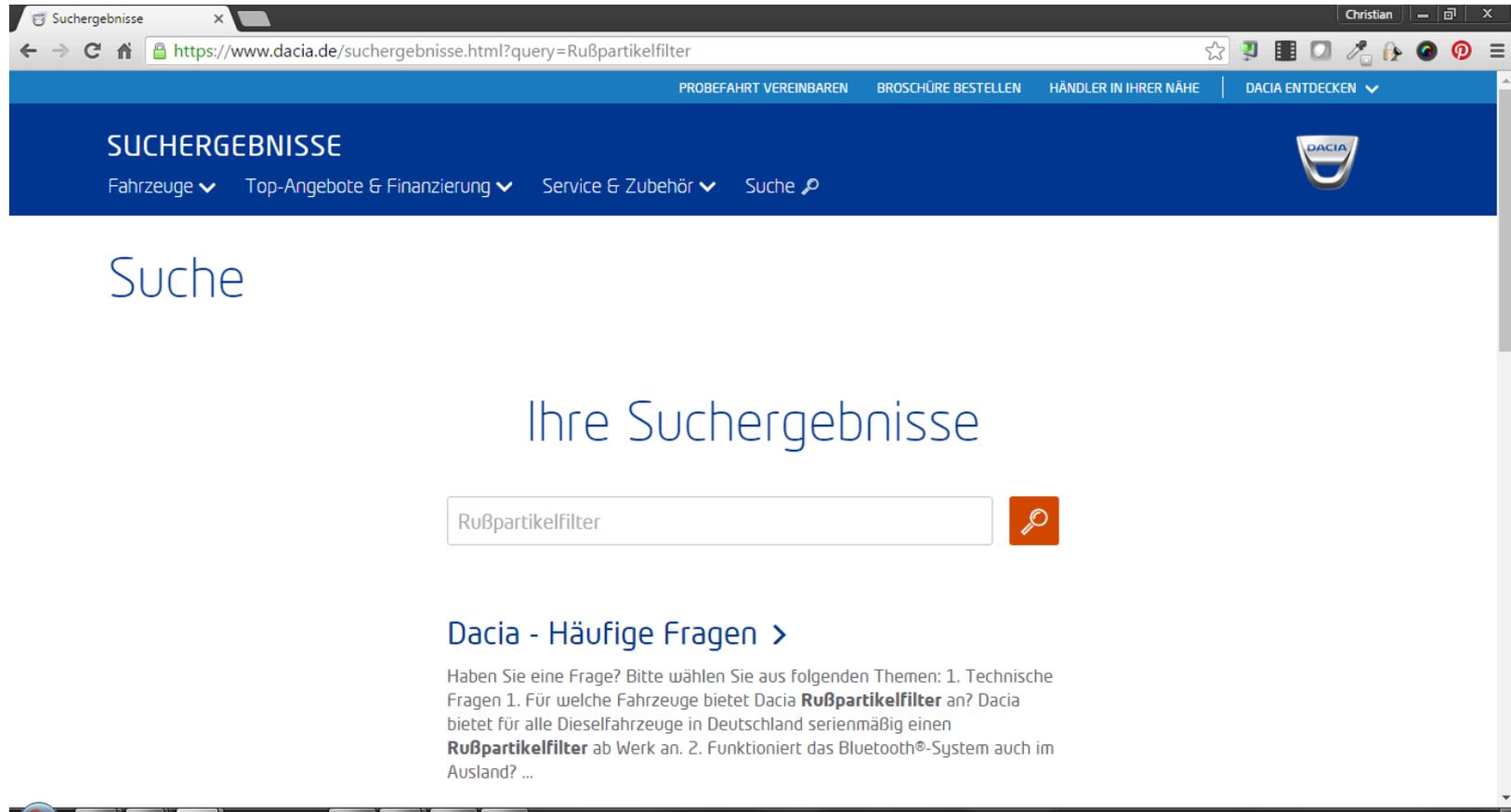


The screenshot shows a web browser window displaying the Dacia website's FAQ page. The browser's address bar shows the URL <https://www.dacia.de/faq.html>. The page has a blue header with the text "HÄUFIGE FRAGEN" and a search bar containing the word "Suche". A magnifying glass icon is overlaid on the search bar. Below the header, the text "Haben Sie eine Frage?" is displayed, followed by "Bitte wählen Sie aus folgenden Themen:". A list of three topics is shown, each with a plus sign to its right:

1. Technische Fragen
2. Fragen rund um das Dacia Service-Angebot
3. Fragen rund um Einstufung, Zulassung und freigegebene Kraftstoffe

# Kontaktvermeidung – und bieten Sie eine funktionierende Suche

Die Suche sollte auch zum Ziel führen  
z.B. Dacia (Rußpartikelfilter)



The screenshot shows a web browser window displaying the search results page for 'Rußpartikelfilter' on the Dacia website. The browser's address bar shows the URL: <https://www.dacia.de/suchergebnisse.html?query=Rußpartikelfilter>. The page header is blue and contains navigation links: 'PROBEFAHRT VEREINBAREN', 'BROSCHÜRE BESTELLEN', 'HÄNDLER IN IHRER NÄHE', and 'DACIA ENTDECKEN'. Below the header, the word 'SUCHERGEBNISSE' is displayed in large white letters on a blue background, with a Dacia logo to the right. Underneath, there are dropdown menus for 'Fahrzeuge', 'Top-Angebote & Finanzierung', 'Service & Zubehör', and 'Suche'. The main content area has a large heading 'Suche' and 'Ihre Suchergebnisse'. A search bar contains the text 'Rußpartikelfilter' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there is a link 'Dacia - Häufige Fragen >' and a paragraph of text: 'Haben Sie eine Frage? Bitte wählen Sie aus folgenden Themen: 1. Technische Fragen 1. Für welche Fahrzeuge bietet Dacia **Rußpartikelfilter** an? Dacia bietet für alle Dieselfahrzeuge in Deutschland serienmäßig einen **Rußpartikelfilter** ab Werk an. 2. Funktioniert das Bluetooth®-System auch im Ausland? ...'.

# Kontaktvermeidung – und bieten Sie eine funktionierende Suche

Die Suche sollte auch zum Ziel führen  
z.B. Dacia (Rußpartikelfilter)

The screenshot shows a web browser window displaying the Dacia website's FAQ page. The browser's address bar shows the URL <https://www.dacia.de/faq.html>. The page has a blue header with the text 'HÄUFIGE FRAGEN' and a search icon. Below the header, there are four navigation links: 'Fahrzeuge', 'Top-Angebote & Finanzierung', 'Service & Zubehör', and 'Suche'. The main content area features the heading 'Haben Sie eine Frage?' followed by the instruction 'Bitte wählen Sie aus folgenden Themen:'. Below this, there are three expandable sections, each with a plus sign on the right:

- 1. Technische Fragen
- 2. Fragen rund um das Dacia Service-Angebot
- 3. Fragen rund um Einstufung, Zulassung und freigegebene Kraftstoffe

## Kontaktvermeidung – optimieren Sie Ihren FAQ-Bereich



... aber...

Google

SEO ! !

# Kontaktvermeidung – optimieren Sie Ihre Suche

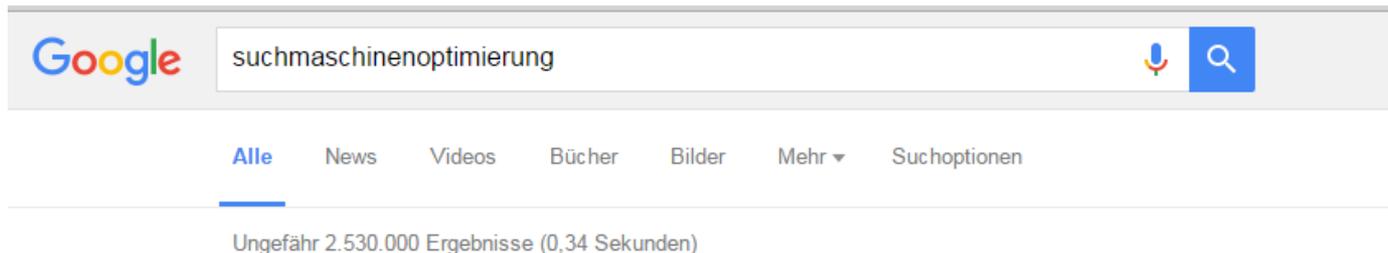
Stetig neuen, relevanten Content (H1, H2 Tagging, Länge der Texte, keine Dubletten)

korrekte, relevante Keywords auf die Zielgruppe ausgerichtet

Barrieren vermeiden (Flash, iFrames, große Bilddateien)

„Speaking URL“ statt Lange Parameter

Interne und externe Links



## Kontaktvermeidung – fassen wir zusammen

- ✓ Internet-Site
- ✓ Mobil erreichbar
- ✓ FAQ
- ✓ Suchfunktion
- ✓ Relevanten Content anbieten und SEO berücksichtigen
- ✓ Verschiedene Kontaktmöglichkeiten anbieten
- ✓ Alles muss funktionieren



Customer Journey...

Doch was, wenn der Kunde doch mal eine Frage hat?

## Während des Kontaktes

## Während des Kontaktes



**Pflicht**



easy...



**Kür...**



herausfordernd

## Während des Kontaktes – so einfach wie möglich



Frontend

Alternativen bieten

- Automatische Status-Nachrichten (vielen Dank für Ihre Nachricht...)
- Verschlagwortung zur Vorfilterung
- Zentrales Wissensmanagement
- Benutzerhistorie
- Textbausteine

Backend

# Während des Kontaktes – so einfach wie möglich



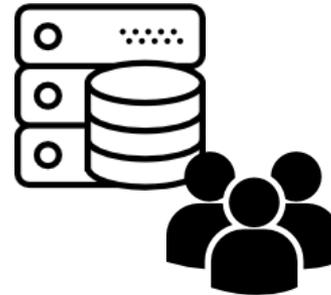
Herausforderung

Basics müssen stehen



intern

extern



Infrastruktur



Geschultes  
Personal

## Während des Kontaktes

Puh, geschafft...



...

## Nach dem Kontakt

# Nach dem Kontakt - Informationsgewinnung

Agent

Kunde

Prozess



Maßnahmen

- ➔ 1...
- ➔ 2...
- ➔ 3...

Im Detail...

## Nach dem Kontakt - Informationsgewinnung

- Contact Coding  
Erfahrungsangaben der Agents bei Abschluss des Tickets (qualitative Erhebung, Agent Satisfaction Score)
- Customer Survey  
Kundenbefragung nach dem Kontakt (kurz und knapp, Customer Satisfaction Score)
- Tickets auswerten  
Wie viele Tickets sind zu welchem Thema über welchen Kanal eingetroffen (quantitative Erhebung)
- Fehleranalyse betreiben, Maßnahmen planen und auch umsetzen, kontrollieren:  
Ausgangssituationen können sein:  
FAQs nicht eindeutig/nicht zielführend  
Formulare zu unscharf / zu scharf?  
Fragenkatalog nicht ausgereift/zu lang/unklar?  
Erlerntes wird nicht konkret umgesetzt  
Produkt/Dienstleistung fehlerhaft?

## Also...



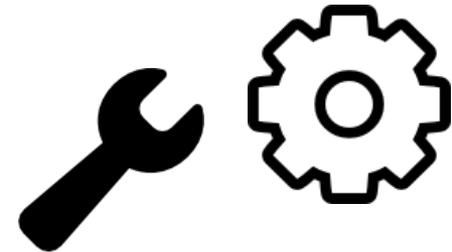
Kontaktangebot optimieren



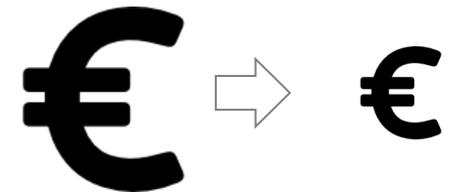
**AHT, FCR, SLA...**



Stets analysieren



Happy customer journey



Teuer? Nicht unbedingt

**Ist der Kunde glücklich freut das den Agenten... und schön, wenn die Kosten gesenkt werden.**

**Webservice-First kann das... kostenlos\***

\*im Starterpaket – individuelle Lösungen ab 29 €/mtl.

# Suchergebnis und direkte Hilfe

✓ Gutschein 3 Jahre gültig & umtauschbar

✓ Nur geprüfte Erlebnisse

✓ Sofort liefer- & druckbar

☎ 089 / 211299933



Firmenkunden

Hilfe & FAQ | Kontakt



GUTSCHEIN EINLÖSEN

ERLEBNISKATEGORIEN

GESCHENKE FÜR

GESCHENKANLÄSSE

TOP ERLEBNISSE

GESCHENKEFINDER

MAGAZIN



Kundenportal

Frontend verlassen

◀ Zurück

Drucken



Beitrag von mydays · am 02.11.2015 15:55 · zuletzt geändert am 23.12.2015 16:15

## Was passiert, wenn ich das Päckchen nicht entgegen nehmen kann?

*Dein großer Vorteil beim Standardversand: Du erhältst einen Tag vor Auslieferung eine E-Mail von DPD, in der Du die Lieferadresse und auch den Lieferzeitpunkt noch beeinflussen kannst. So kannst Du beispielsweise die Sendung an einen*

*Beim Expressversand läuft es folgendermaßen:*

*Solltest Du beim ersten Zustellversuch nicht angetroffen werden, erfolgt am nächsten Werktag eine erneute Zustellung. Solltest Du auch beim zweiten Zustellversuch nicht angetroffen werden, geht Deine Sendung zurück ins Depot.*

*Selbstverständlich wirst Du darüber in Kenntnis gesetzt. Daraufhin hast Du 7 Tage Zeit, Dich mit DPD in Verbindung zu setzen, um einen dritten Zustellversuch zu vereinbaren. Solltest innerhalb 7 Tagen kein dritter Zustellversuch mit DPD vereinbart worden sein, müssen wir leider davon ausgehen, dass Du Deine Sendung nicht willst und sie geht wieder zurück zu uns.*



Nichts gefunden? [Nochmal suchen](#) oder eine [Anfrage an unser Support-Team](#) stellen!

# Suchmaschinenoptimiert



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "Urlaubsinseln Kartenmaterial". Below the search bar, there are navigation tabs: "Alle", "Shopping", "Maps", "Bilder", "News", "Mehr", and "Suchoptionen". The "Alle" tab is selected. Below the tabs, there is a red speech bubble icon with the number "1" and the letters "ST" inside. An arrow points from this icon to the first search result. The search results show "Ungefähr 3.050 Ergebnisse (0,48 Sekunden)". The first result is titled "Welche Urlaubsinseln sind im Kartenmaterial für Navigationsgeräte ..." and includes a URL: "https://support.navigon.com/.../welche-urlaubsinseln-sind-im-kartenmaterial-fuer-navi...". The second result is titled "Angebote Maps - Alle Karten bis einschließlich Q3\_2012 sind hier ..." and includes a URL: "www.digital-eliteboard.com > ... > Navigon 6 Support > Navigon 6 Downloads".

Google

Urlaubsinseln Kartenmaterial

Alle Shopping Maps Bilder News Mehr ▾ Suchoptionen

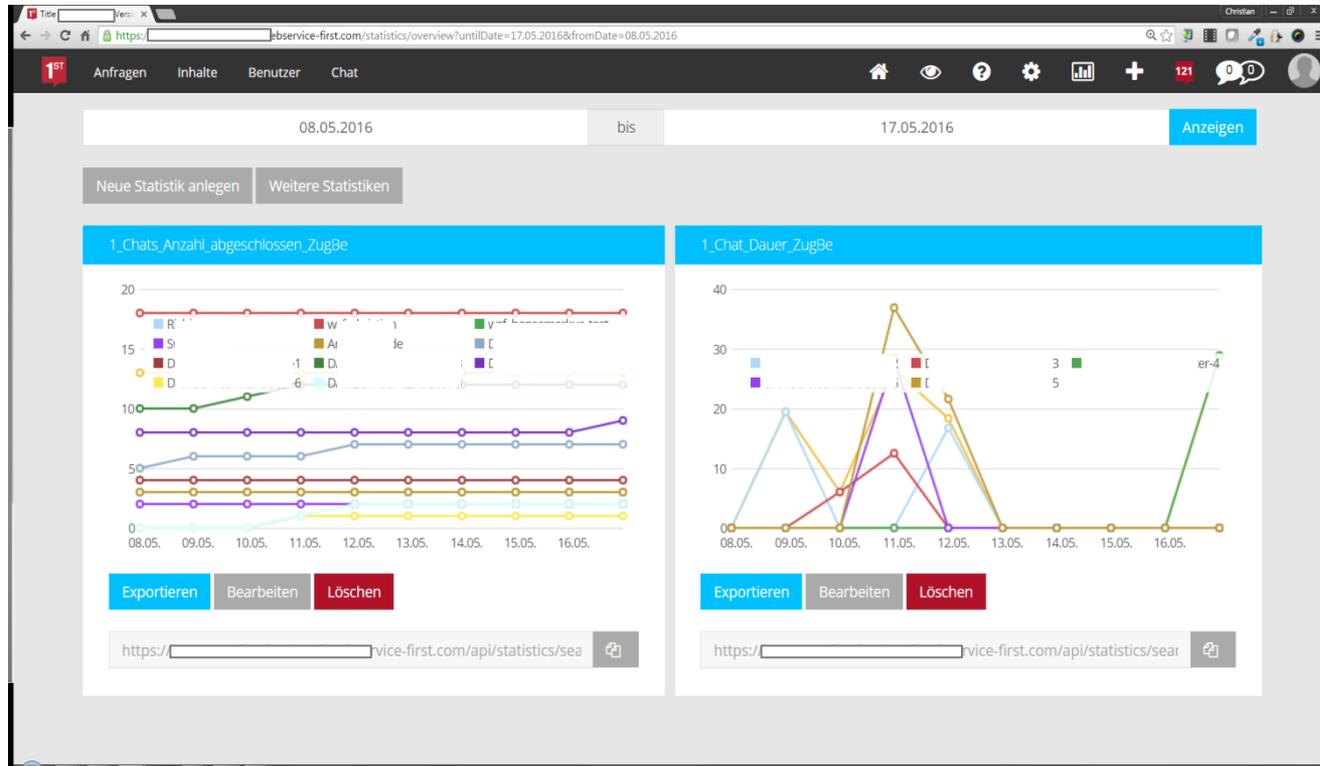
1ST

Ungefähr 3.050 Ergebnisse (0,48 Sekunden)

**Welche Urlaubsinseln sind im Kartenmaterial für Navigationsgeräte ...**  
<https://support.navigon.com/.../welche-urlaubsinseln-sind-im-kartenmaterial-fuer-navi...> ▾  
19.08.2016 - Folgende **Urlaubsinseln** sind in unserem **Kartenmaterial** bei dem jeweils angegebenen Land komplett oder zumindest in den wichtigsten ...

**Angebote Maps - Alle Karten bis einschließlich Q3\_2012 sind hier ...**  
[www.digital-eliteboard.com](http://www.digital-eliteboard.com) > ... > [Navigon 6 Support](#) > [Navigon 6 Downloads](#) ▾

# Alles im Überblick mit Auswertungen aller Art



**... und noch viel meeehr...**

**Gern vereinbare ich mit Ihnen einen Termin...**



**VIELEN DANK!**

**D+S 360° Webservice GmbH**

Office: Mexikoring 33

D-22297 Hamburg

Christian Hasemann



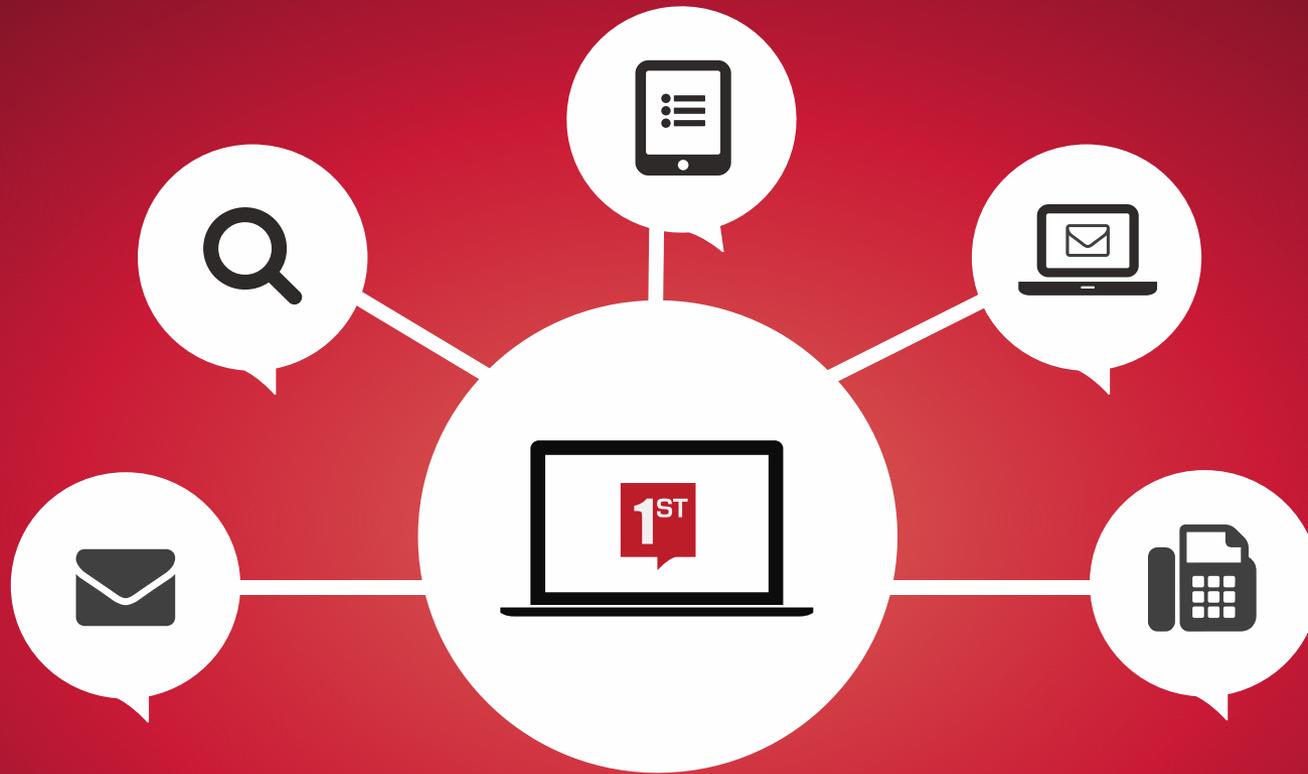
Tel: +49.40. 851782 - 397



[c.hasemann@ds360grad.com](mailto:c.hasemann@ds360grad.com)



[www.webservice-first.com](http://www.webservice-first.com)

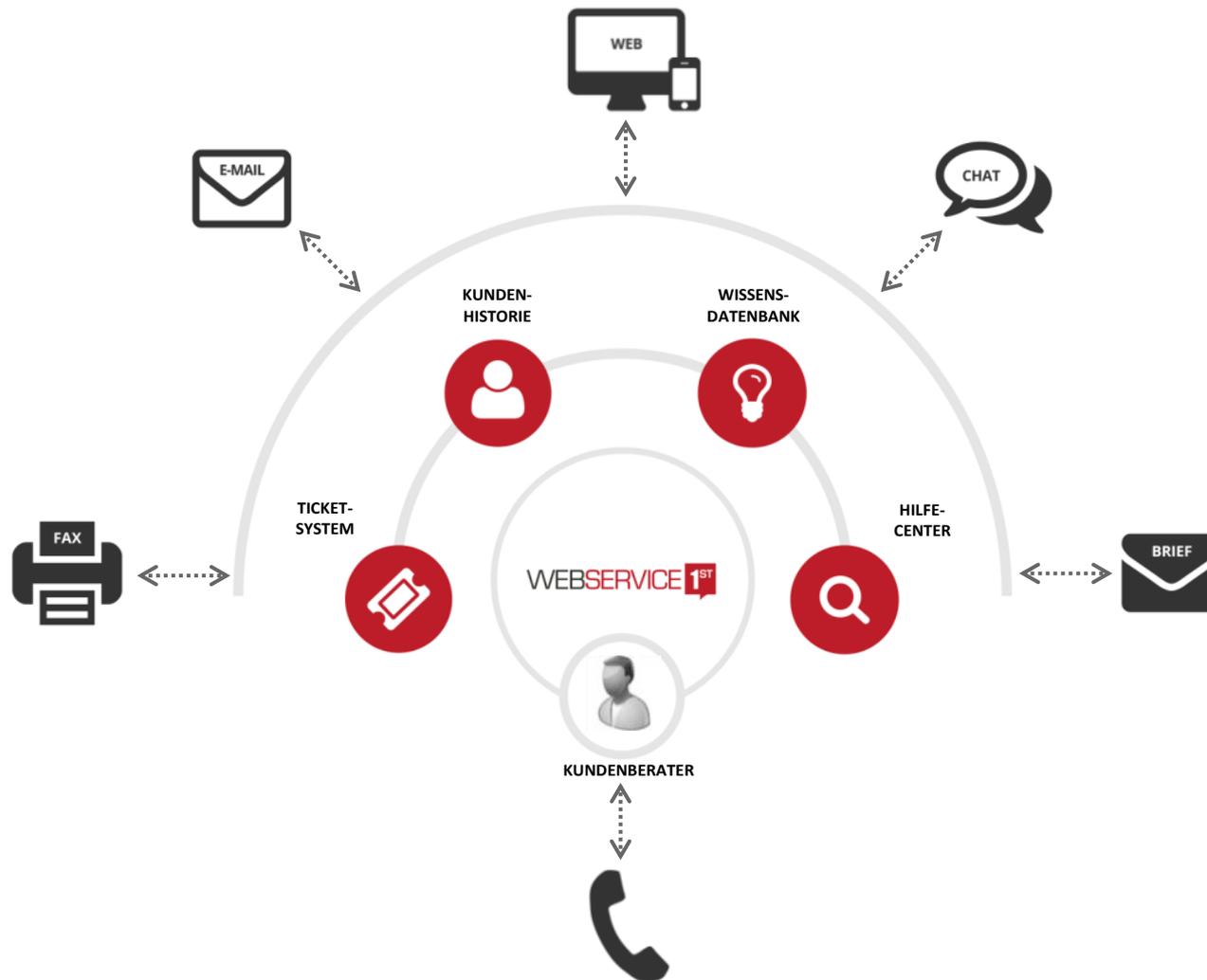


# D+S 360° Webservice Digital Services

# Die Idee hinter Webservice First



# Unsere Lösung – Omni-Channel-Kundenservice



**Steigende Kundenzufriedenheit** und höhere Kundenbindung.

**Reduktion der Kosten** pro Vorgang durch Senkung der Kontaktraten im Kundenservice und Reduzierung der Lizenzkosten.

**Steigerung der Reichweite** durch ein Self-Service-Portal und eine Content-Plattform(SEO).

## Webservice First – Auszug unseres Kundenportfolios



# Webservice First – Omni-Channel-Kundenservice



**Self-Service-Kundenportal**

**Ticketsystem & CRM-Plattform**

**Social Media-Integration**

**Interne Wissensdatenbank**

**Chat-Tool & Multi-Channel-Plattform**

# Die Vorteile von Webservice First

 Zeitgemäßer **Immer-und-überall-Service** auf allen (mobilen) Endgeräten.

 Konsistente asynchrone Kundenkommunikation dank **Multi-Kanal-Support**.

 Serviceerlebnisse schaffen und **Kundenzufriedenheit steigern**.

 **Senkung des Kontaktvolumens** und damit Kostenreduktion im Kundenservice.

 **SEO** durch stetige Erweiterung des Contents.

 **Hohe Verfügbarkeit** durch redundante Serverlandschaften in Deutschland.

 **Garantierter Datenschutz**.

 **Branding, Anpassungs- und Integrationsfähigkeiten**.

Warum sollten Sie mit uns  
zusammenarbeiten?

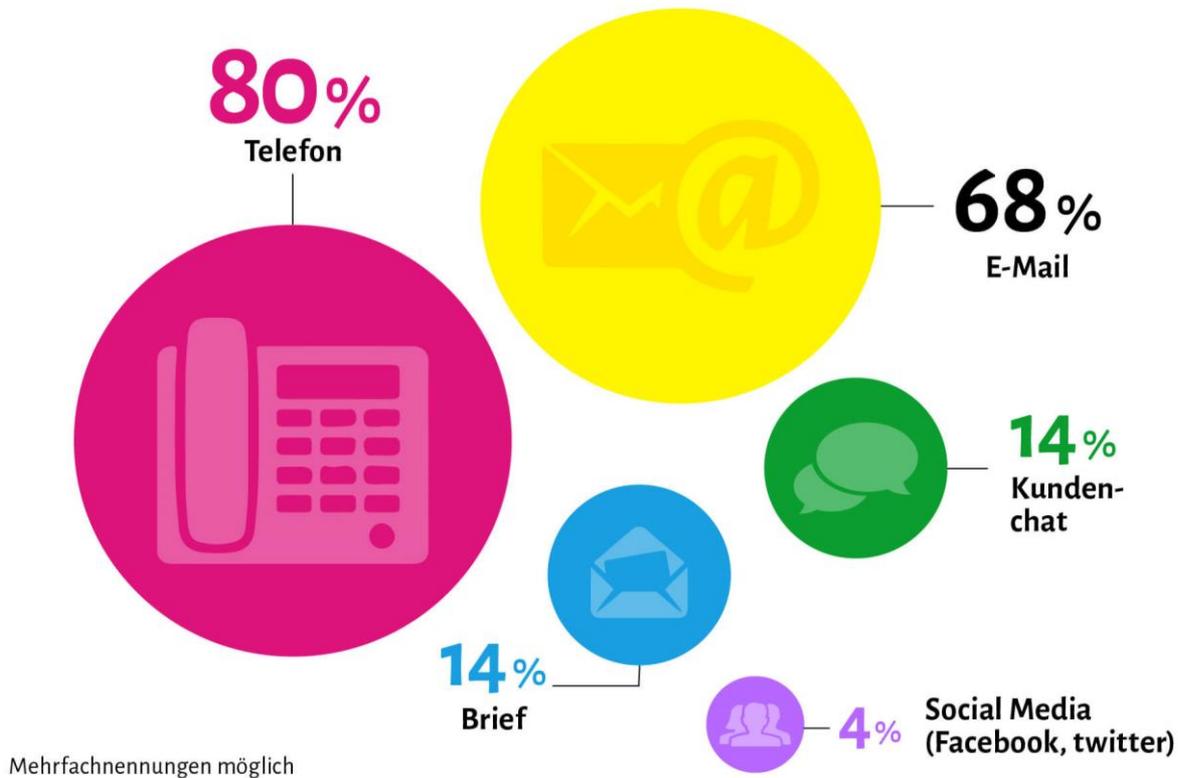
# Weil wir Kundenservice lieben!

*zuverlässig – stabil – innovativ – kundenorientiert*



# So schlecht sind wir gar nicht?

Studie „Service in Deutschland“ Okt 2015



# So schlecht sind wir gar nicht?

Studie „Service in Deutschland“ Okt 2015



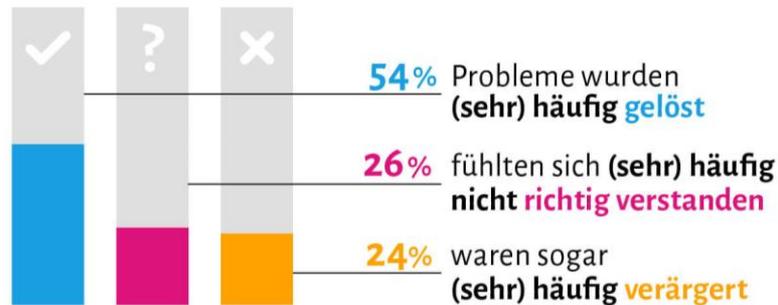
Das zeichnet guten Service aus



# So schlecht sind wir gar nicht?

Studie „Service in Deutschland“ Okt 2015

## Aktuelle Erfahrungen mit Kundenservice



## Während des Kontaktes

Fall 1a: Standard (sollte man meinen)

Vertragsanpassung bei der Telekom oder wie man an eine Menge Papier kommt...

-> Self Service? Nicht wirklich

Fall 1b: Standard (sollte man meinen)

Im Urlaub zu viel gekauft – passt nicht in Koffer – weiteren Koffer aufgeben

-> Self Service? NOPE

Fall 1 c: Standard (sollte man meinen)

Koffer 3 Tage später am Zielort und beschädigt... Kostenerstattung angefordert... alle Kanäle haben versagt

-> Geld erst nach Androhung eines gerichtlichen Verfahrens

ines