



# WIE PERFORMT IHR IHRE KUNDENSERVICE?

Das unabhängige Audit für Ihren  
Customer Service

## KONZEPTVORSTELLUNG

PARTNER

Süddeutsche Zeitung



ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification



# UNSERE MISSION



Unsere Vision:

Feuer, Wasser, Erde und Luft galten schon bei den alten Griechen als die Bausteine unserer Welt.

« Für Unternehmen, sind **ZUFRIEDENE KUNDEN** der essentielle Baustein für nachhaltigen Erfolg.»



Unsere Mission:

Wir geben dem **KONSUMENTEN** eine Stimme und messen dabei das Kundenerlebnis mit Ihrem Service. Damit messen wir Ihre **TATSÄCHLICHE KUNDENLEISTUNG**. Wir setzen für Sie ein **BENCHMARK**, der repräsentativ für Ihre Branche ist.



# AUS KONSUMENTENSICHT...



- ... beeinflusst die **Kundenservice Qualität** eines Unternehmens nachhaltig:

das Image des Unternehmens

94%\*



die Kaufentscheidung

88%\*



# WAS IST

GEWÄHLT  
ZUM  
**KUNDEN  
SERVICE**  
DES JAHRES  
**2021**

?

GEWÄHLT  
ZUM  
**KUNDEN  
SERVICE**  
DES JAHRES  
**2021**

1

Es ist ein **AUDIT** mit dem Ziel, eine Antwort auf die Frage „**Wie performt Ihr Kundenservice?**“ zu finden. Die tatsächliche Leistung soll widerspiegelt werden.

2

Die **Qualität der Kundendienstleistungen** von Unternehmen wird von **KONSUMENTEN** durch Mystery-Checks getestet.

4

Mit der Auszeichnung erhalten **Konsumenten** eine **ORIENTIERUNG**, welche Unternehmen den besten Service der Branche bieten.

3

Der **Gewinner** einer Kategorie erhält eine repräsentative **AUSZEICHNUNG** für seinen Kundenservice.





... dauerhaftes Engagement für  
hervorragende Kundenbeziehung.



...die Würdigung der täglichen  
Leistung seiner Mitarbeiter.



... stolz auf sein Team und  
Unternehmen zu sein.



...eine Einstellung und  
keine Abteilung.



# UNSERE HISTORIE



Die Auszeichnung „Gewählt zum Kundenservice des Jahres“ wird seit bereits 13 Jahren in Frankreich verliehen. Seit 2011 schlossen sich immer mehr europäische Länder diesem Konzept an. Bis 2025 wird es den Wettbewerb in mehr als 15 Ländern geben.



# PREISTRÄGER 2020



[www.esdda.fr](http://www.esdda.fr)



[www.lideresenservicio.com](http://www.lideresenservicio.com)



# WIR BEANTWORTEN IHRE FRAGEN



Wie kann ich die **Teamarbeit fordern** und **fördern**?

Wie kann ich einen **Audit meines Services** zum besten Preis durchführen?

Spieglein  
Spieglein an der  
der Wand, wer  
hat den besten  
Service im  
ganzen Land?

Wie **performt** mein **Kundenservice** in der Branche?

Wie sieht das **Kundenerlebnis** mit meinem Service im Detail aus?

Wie kann ich die **Qualität meines Service** nach innen und außen kommunizieren?

Wo kann ich in meinem Unternehmen die **Servicequalität verbessern**?

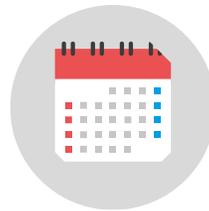
# METHODIK



**Mindestens 2 Unternehmen**  
Pro Kategorie



**225 Mystery Testanfragen**  
Pro Unternehmen



**10 Testwochen**  
Von Mai bis Juli



**13 bis 17 Szenarien**  
Pre-Sales, Sales, After-Sales



**Bis zu 15 Kriterien**  
*(zwischenmenschliche Ebene, Qualität des Austauschs, Verfügbarkeit)*



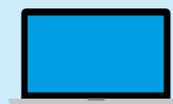
**1 Preisträger**  
Pro Kategorie



**140 Anrufe**  
Telefonisch (50%\*)



**45 E-Mails**  
Oder Kontaktformulare  
(28%\*)



**15 Internetnavigationen**  
Davon 8 auf Smartphone oder  
Tablet (10%\*)



**15 Chat**  
Anfragen  
(7%\*)



**10 Social Media**  
Anfragen  
(5%\*)

\* Gewichtung in der finalen Note

# WAS WIRD GETESTET



225 Mystery Testanfragen  
Pro Unternehmen



## Anfragen von Interessenten

Zahlungsmöglichkeiten  
Abholstationen  
Garantien  
Preise  
...

## Anfragen von Bestandskunden

Fehlerhafte Rechnung  
Transportschaden  
Paket-Tracking  
Rückgabe  
...

# WAS BEINHALTET DAS KONKRET?



## 13 BIS 17 SZENARIEN: VOR, WÄHREND UND NACH DEM KAUF

	140 telefonische Anrufe	Bis zu 15 Kriterien (zwischenmenschliche Ebene, Qualität des Austauschs, Verfügbarkeit). Der anonyme Testkunde ruft den Kundenservice an, stellt dem Berater seine Frage, hört sich die Antwort an und legt auf. Während des Anrufs bewertet er 15 Kriterien wie die Wartezeit, die Höflichkeit des Beraters, die Qualität des Austauschs Ein Testanruf dauert durchschnittlich 3Min30.
	45 E-Mailanfragen oder Kontaktformulare	Bis zu 14 Kriterien (zwischenmenschliche Ebene, Qualität der Antwort, Menschlichkeit, Verfügbarkeit, technische Qualität). Der Testkäufer kontaktiert den Kundenservice mit einer Anfrage per E-Mail oder über das Kontaktformular auf der Website. Sobald er eine Rückmeldung per E-Mail auf seine Anfrage empfängt, bewertet er 14 Kriterien wie die Antwortzeit, die technische Kompatibilität, die Individualisierung und die zwischenmenschliche Qualität.
	15 Internetrecherchen	Bis zu 13 Kriterien (Ergonomie, Zugänglichkeit, Qualität des Austauschs, technische Qualität). Der Testkunde surft auf der Website des Unternehmens und sucht die Antwort auf seine Frage unter den FAQ. Ebenso wird eine Antwort über die Suchfunktion der Webseite gesucht. Bei Besitz eines Kundenkontos wird die Antwort in dem « Mein Konto » Bereich recherchiert. Weitere Kriterien wie der Firmenname, die Informationen, die Funktionalitäten oder die Lesbarkeit der Seite werden ebenfalls bewertet.
	15 Kontaktaufnahmen über Live Chat	Bis zu 14 Kriterien (Ergonomie, Zugänglichkeit, Qualität des Austauschs, technische Qualität, zwischenmenschliche Ebene) Der Testkäufer tauscht sich mit einem Berater über die Chat Box aus, falls eine auf der Website vorhanden ist. Während der Konversation, bewertet er 14 Kriterien wie die Wartezeit, die Reaktionsfreudigkeit, die Individualisierung und die Qualität des Austauschs.
	10 Kontaktaufnahmen über soziale Medien	Bis zu 14 Kriterien (zwischenmenschliche Ebene, Qualität des Austauschs, Verfügbarkeit, Ergonomie) werden untersucht. Es wird vom Testkunden ein öffentliches Kommentar auf der Unternehmensseite in den sozialen Medien erstellt, oder ein Kommentar in dem Feld für Fragen und Anregungen. Sobald er die Antwort auf seine Frage erhält, bewertet er nach 14 Kriterien wie die Antwortzeit, die Zugänglichkeit, die Individualisierung, den verwendeten Ton und die Qualität des Austauschs.

# UNSER PARTNER



Mit SKOPOS NEXT als Partner für die Umsetzung der Testreihe, haben wir einen der umsatzstärksten Qualitätsanbieter für Mystery Research in Deutschland, der über ein bundesweites Tester-Panel mit mehreren Tausend Testern verfügt.



- Full-Service-Marktforschung seit 1995
- Inhabergeführte Unternehmensgruppe
- Unter den 15 umsatzstärksten Playern in DE
- Insgesamt 95 Mitarbeiter an 2 Standorten
- Zertifiziert nach der Marktforschungsnorm ISO 20252
- Mitglied in allen wichtigen Verbänden und Organisationen der Marktforschungsbranche



## SKOPOS

group

NEXT

mystery research

SKOPOS

market research

CONNECT

communities & cx

NOVA

ux research & usability

VIEW

hr survey & follow up



Telekommunikation  
**Mystery Visits** mit umfangreicher Beratung zu Mobilfunkverträgen



Automotive  
**Mystery Mailings** zur Überprüfung von Reaktionsverhalten und -geschwindigkeit



Lebensmitteleinzelhandel  
**Audits** zur Überprüfung der Einhaltung zentraler Standards

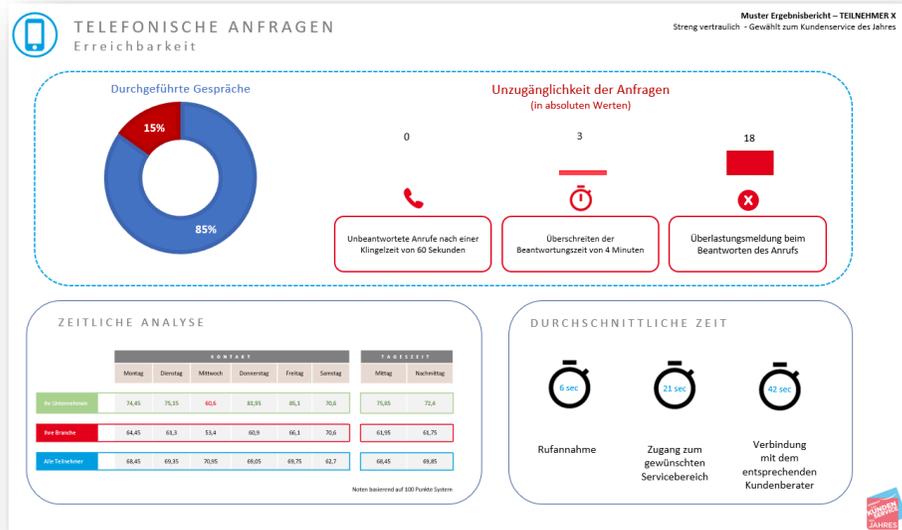


NGO  
**Promotion Checks** mobiler Promotion-Stände in deutschen Innenstädten



Möbeleinzelhandel  
**Social Media Tests** zur Überprüfung von Reaktionsverhalten und -geschwindigkeit

# ANALYSE TOOLS



+

+



Messen Sie die Qualität Ihrer Teams.

Stärken Sie die Partnerschaft mit Ihren Lieferanten.

Bieten Sie Zugriff auf neue Budgets.

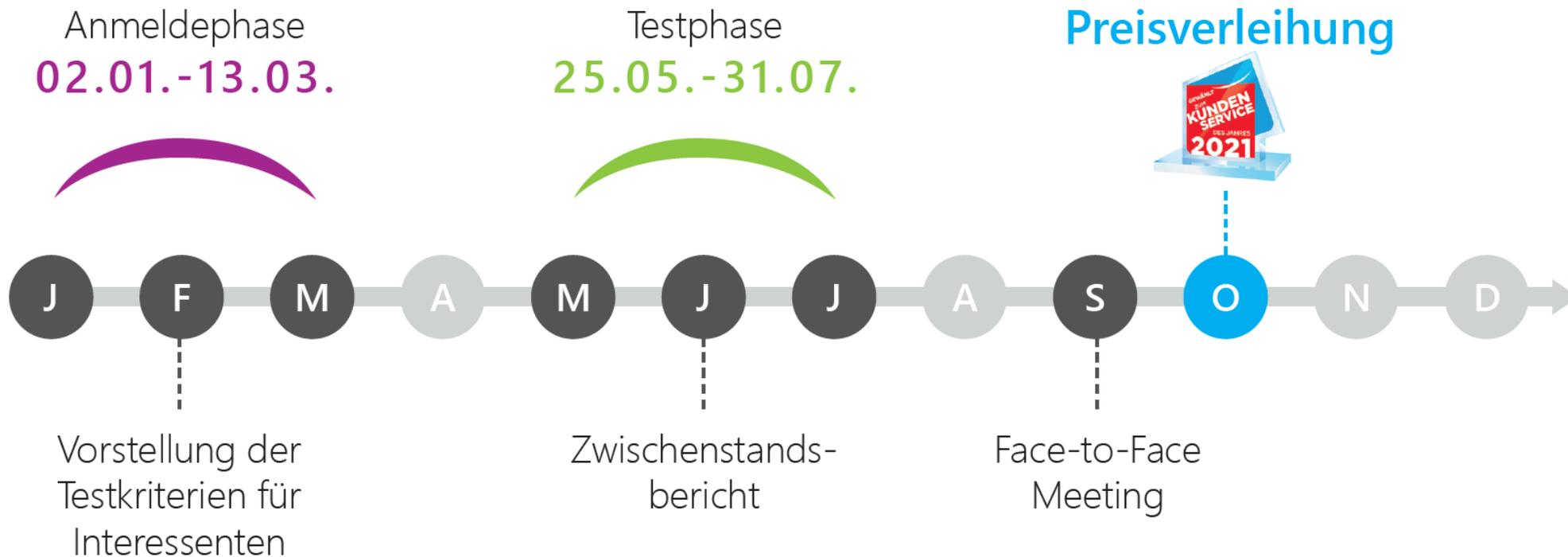
Identifizieren Sie die wichtigsten Stärken und Bereiche für Handlungsbedarf.

Implementieren Sie einen nachhaltigen Schulungsplan.

Bewerten Sie die Effizienz der durchgeführten Schulungen.

Vergleichen Sie sich mit Ihren Mitbewerbern und innerhalb Ihrer Branche.

# TIMINGS

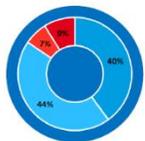


# KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN



## INTERNER KOMMUNIKATIONSPLAN

*Es ist eine hervorragende Möglichkeit, Ihre Mitarbeiter zu motivieren, zu schätzen und einen Wettbewerbsgeist im gesamten Unternehmen (Vertrieb, Finanz, Kundenbetreuung, aber auch die Geschäftsführung ...) zu schaffen.*



ESCA améliore la qualité de la relation client



KONICA MINOLTA

- Complètement d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas d'accord

- Montée en compétence des équipes
- Mutualisation des outils de recherche d'information
- Optimisation du SVI
- Transversalité



DISPLAYS, BILDSCHIRMHINTERGRUND, BILDSCHIRMSCHONER, VIDEOS, GOODIES, KICK-OFF, HERAUSFORDERUNGEN...

# KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN



## ALS PREISTRÄGER KÖNNEN SIE AN ALLEN FRONTEN KOMMUNIZIEREN:

TV, Radio, Printanzeigen, Plakatte, Newsletter, Webseite, Social Media, telefonische Ansage, Fuhrpark, Arbeitskleidung, goodies, Katalog, Messen u. v. m.



# KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN



DIE SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG IST OFFIZIELLER MEDIENPARTNER DES WETTBEWERBS.

## Reichweitenstarke Premiumfelder

Die wichtigsten Daten im Überblick



Die Kooperation mit der Qualitätszeitung Nr. 1 in Deutschland ermöglicht es uns, Preisträgern erstklassige Platzierungen anzubieten und sie damit in ihrer Kommunikation zu unterstützen.

Zusätzlich wird Gewählt zum Kundenservice des Jahres weitere Werbemaßnahmen in Zusammenarbeit mit der Süddeutschen Zeitung zur Förderung der Bekanntheit der Auszeichnung realisieren.



Quellen:  
 1) Media-Analyse (agma) 2019 Tageszeitungen, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre: 70,60 Mio. Personen; SZ: Woche = Frequenz 6, Monat = Frequenz 24; SZ am Wochenende: Monat = Frequenz 4  
 2) Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2019, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre: 70,60 Mio. Personen; SZ-Magazin: Monat = Frequenz 4  
 3) digital facts (AGOF) 2019-06, Durchschnitt April-Juni, Digitale Nutzer i.d.L. 3 Monaten ab 16 Jahre: 59,14 Mio. Personen sowie IVWonline 2019-06, Durchschnitt April-Juni, jeweils stationär, mobile bzw. Apps  
 4) IVW Auflagenliste II, Quartal 2019; Mo-Sa

# IHRE VORTEILE



# LEISTUNGSÜBERSICHT

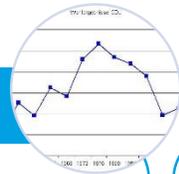
GEWÄHLT  
ZUM  
**KUNDEN  
SERVICE**  
DES JAHRES  
**2021**

## Tests



- Vorstellung der Testkriterien
- Akquise der Mystery Checker
- Schulung der Mystery Checker
- Kauf und Retour der Produkte im Falle einer Notwendigkeit
- Aufbau von personalisierten Szenarien
- **140** telefonische Anrufe
- **45** E-Mailanfragen oder Kontaktformulare
- **15** Internetrecherchen
- **15** Chat Anfragen
- **10** Social Media Anfragen

## Ergebnisse



- Zwischenstand Bericht
- Ergebnisbesprechung: Face to face Meeting mit Berater inkl. Tipps und Insights aus der Branche
- Auswertung: erweiterter PowerPoint Chartbericht mit ausführlicher Management Summary, Handlungsfeldern, Treiberanalysen, inkl. Branchenbenchmark\*
- Reisekosten für Berater inklusive

## Preisverleihung



- Eintrittskarte für 10 Personen\*\*
- Spannende Gastbeiträge von anerkannten Experten
- Networking Event
- Optional: Einladung an das ganze Team

## Lizenz



- Der Teilnehmer darf eine Marke nutzen, die den besten Kundenservice in ganz Europa auszeichnet
- Nutzbar in Deutschland für Telefon, TV, Radio, usw. ohne Begrenzung

\*Optional: Zugang zum Online-Reporting inkl. verschiedener Auswertungsmöglichkeiten/Dashboards/Benchmarks; Laufzeit 1 Jahr

\*\* Preisträger: 10 Karten. Teilnehmer: 2 Karten

# TEILNEHMEN



1. Melden Sie Ihr Unternehmen an: [www.kundenservicedesjahres.de](http://www.kundenservicedesjahres.de)

2. Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter und beziehen Sie die ganze Firma ein.

- Das ganze Jahr über können Sie Ihre Teams mobilisieren und fördern.
- Erwecken Sie den kollektiven Wettstreit bei Ihren Mitarbeitern und bringen Sie Ihre ganze Firma hinter ein gemeinsames Ziel.



3. Unterziehen Sie Ihren Kundenservice einem Stresstest und holen Sie sich den Categoriesieg für Ihre Firma.



# TEILNEHMEN



## 4. Erhalten Sie Ihre Test-Auswertung und führen Sie Ihren kontinuierlichen und nachhaltigen Verbesserungsprozess fort.

- Nach den Tests bekommen Sie einen vollständigen Report inkl. Benchmarks und eine Ergebnisbesprechung im face to face von unserem Berater-Team.
- Sie erhalten ein richtiges Audit der Qualität Ihres Kundenservice über alle wichtigen Kanäle. Damit können Sie sich mit den Wettbewerbern und mit allen Teilnehmern messen.
- Diese Tools unterstützen Sie:
  - Bei der Erstellung von Trainingsmaßnahmen, die auf den Bedarf Ihrer Mitarbeiter zugeschnitten sind
  - Bei der Überprüfung und Verbesserung der externen Dienstleister
  - Bei der Verbesserung Ihres Service Angebots gegenüber Ihren Kunden und Konsumenten

## 5. Kommunizieren Sie Ihren Erfolg an Ihre Zielgruppe!

- Profitieren Sie von einem Wettbewerbsvorteil Dank des Logos.
- Steigern Sie Ihren Umsatz durch besseren Service.
- Laden Sie Ihre Mitarbeiter bei der Preisverleihung ein und zeigen Sie der Branche, dass Sie Vorreiter im Bereich Kundenservice in Deutschland sind.





**BEI FRAGEN, MELDEN SIE SICH GERNE!**



**Regina Metzler**

Project Manager  
[gewaehlt@kundenservicedesjahres.de](mailto:gewaehlt@kundenservicedesjahres.de)  
+496131 490401-0



**Tuyet My Ho**

Project Manager  
[gewaehlt@kundenservicedesjahres.de](mailto:gewaehlt@kundenservicedesjahres.de)  
+496131 490401-0



**Maturin Craplet**

Geschäftsführer  
[gewaehlt@kundenservicedesjahres.de](mailto:gewaehlt@kundenservicedesjahres.de)  
+496131 490401-0

**VIELEN DANK FÜR IHRE ZEIT!**

Armonia Deutschland GmbH  
An der Ochsenwiese 3  
55124 MAINZ



ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification

