CUSTOMER-FEEDBACKMANAGEMENT 20XX

- WO STEHEN WIR UND WO WOLLEN WIR HIN? -

Helmut Kremer

Leitungsteam DGQ-Fachkreis
EXZELLENTER KUNDENSERVICE

DGQ

Deutsche Gesellschaft
für Qualität

WILLKOMMEN ZUM
INTERAKTIVEN WORKSHOP !

DGQ

CUSTOMER-FEEDBACKMANAGEMENT 20XX

- WO STEHEN WIR UND WO WOLLEN WIR HIN? -

Fachkreis „Exzellenter Kundenservice“

- 🔍 Kundenzufriedenheit alleine ist heute kein wesentliches Unterscheidungsmerkmal mehr
- 🔍 Es gilt vielmehr herausragende Kundenerfahrungen und eine emotionale Bindung an ein Unternehmen langfristig zu sichern
- 🔍 Gute Zufriedenheits-, Loyalitäts- und Weiterempfehlungswerte sind Schlüsselindikatoren für ein erfolgreiches Unternehmen
- 🔍 Unternehmen müssen sich aktuell auf eine massive Veränderung der Markt-/Kundenerwartungen einstellen

Veränderte Markt-/Kundenerwartungen und -verhalten

- 🔍 Zunehmend bessere Kenntnis des Marktes/Angebote
- 🔍 Ein höheres Maß an Wechselbereitschaft
- 🔍 Steigende Erwartungen an Reaktionsgeschwindigkeit, und Qualität der Lösung von Anliegen
- 🔍 Trend wird im Wesentlichen durch neue digitale, mobile und soziale Technologien sowie stetig wachsende Erfahrungen der Kunden beeinflusst
 - 80% aller Internet Anwender nutzen Soziale Medien ¹⁾
 - 69% der Social Media Anwender nutzen mobile Endgeräte ¹⁾
 - 75 % der Käufer suchen Informationen vor einer Entscheidung in digitalen Kanälen ²⁾
 - 54 % der Internet-User beziehen vor einem Kauf im Internet die Produkterfahrungen und Meinungen anderer Kunden in ihre Kaufentscheidung ein ³⁾

Kunden sind zunehmend in einer starken, bisher nicht dagewesenen Position

Quellen: ¹⁾ Social Media-Atlas 2015/2016 ²⁾ Social Media Trends in Telecoms ³⁾ GlobalWebIndex

Unternehmen sind daher zunehmend gezwungen

- 🔍 Über wiederkehrende herausragende Kundenerfahrungen und eine hohe emotionale Bindung eine breite Promotoren/Fan Basis zu schaffen
- 🔍 Lebenszyklen von Produkten und Dienstleistungen zu verkürzen
- 🔍 Mehr über den Kunden zu erfahren und dieses Wissen - unter Berücksichtigung aller Informationsquellen - im Unternehmen ganzheitlich zu managen

**Das Feedbackmanagement muss fortlaufend an Markt-/ Kunden-
Erwartungen und -verhalten angepasst werden**

1. Unternehmenshaltung

2. Integration aller Feedback-Kanäle

3. Feedbackmanagement ganz praktisch

4. Erfolgsfaktor Mitarbeiter

- 🔍 Herausarbeiten welche Herausforderungen Ihr Unternehmen beim Kundenfeedback-Management heute hat
- 🔍 Schrittweise erarbeiten wie das Customer-Feedbackmanagement 20xx aussehen sollte und wie die Schritte dorthin sein können

Save the date!

Customer Experience Tag 2018

Erfahren Sie mehr zu Customer Experience Management und Service Excellence durch Impulsvorträge und tauschen Sie Erfahrungen untereinander aus, u.a. an „Trainingsstationen“ ...

Wann? Do, 25.01.2018, 14:00- ca.18:00 Uhr

Wo? Schloss Waldthausen bei Mainz

→ mehr Informationen unter www.cet2018.de

Ergebnisse

DGQ

Deutsche Gesellschaft
für Qualität

WILLKOMMEN ZUM INTERAKTIVEN WORKSHOP ! DGQ

MANAGEMENT

Stärken und Unternehmenskultur entwickeln

Vorgelebte Kunden- / Mitarbeiter Orientierung

Commitment und Umsetzungstrategie

Ressourcen + Budget bereitstellen

GANZHEITLICHE SICHT

Prozess zur Entwicklung von Feedback definieren

GANZHEITLICHE UMSETZUNG

Regelmäßige Kunden- / Replikat Orga

Verstärkung Bindung mit Ziel und Planung von Verbesserung, Anerkennung, Zusammenarbeit

Tools + Best Practice finden + kommunizieren

Anreize Feedback zu geben einbauen

Kommunikation Ergebnisse

Kundengruppen identifizieren - Kanäle bestimmen

Yennzahlen (alle) aufnehmen (Ganzheitlich)

MITARBEITER

Lösungsideen

individuelle Kunden- / Mitarbeiter-Engagement nach Bedarf und Bedarf

Firmenkampagne 2018 - Feedbackplan im Unternehmen initiieren

Zur Aufgabe / Stelle passende Balance von fachlich und sozial kompetent finden (Anforderungen)

Erfolgsfaktoren packen!

z.B. Eigenes / Lokales Netzwerk + Internetauftritt + Content Marketing + ...

Messfaktoren auswählen!

2018: Ressourcen (Personal / Budget / ...)

CUSTOMER-FEEDBACKMANAGEMENT 20XX
- WO STEHEN WIR UND WO WOLLEN WIR HIN? -

WORKSHOP TEILNEHMER FEEDBACK - BEWERTUNG DGQ

Wie zufrieden sind Sie mit dem Workshop Feedbackmanagement 20XX?

19

7,5

zellularer Kundenservice“

... Sie sind uns herzlich willkommen!

Nächster Termin: 7.12. in Frankfurt

WORKSHOP TEILNEHMER FEEDBACK - THEMEN DGQ

Organisation **Kunde Gestaltung Management** Themen

Personal **Leitungsmanagement** Themen

Vortrag

Gute Struktur, Engagiertes Team, Offene Diskussion

Many Prices, Konkrete Lösungen, Dynamische Moderation

Wie zufrieden sind Sie mit diesem Workshop Feedbackmanagement 20xx?

Bitte denken Sie an Vorbereitung, Ort, Inhalt, Ergebnis, ...

Antworten:

19

Ø Zufriedenheit:

7,5

Gute Struktur
Engagiertes Team
Offene Diskussion

Mehr Praxis
Konkrete Lösungen
Dominante Moderatoren

Brezeln haben gefehlt

Detail-Ergebnisse

DGQ

Deutsche Gesellschaft
für Qualität

3b

2. INTEGRATION ALLER FEEDBACK-KANÄLE DGQ

GANZHEITLICHE SICHT

Customer-Feedbackmanagement 20XX

MA Feedback erfassen

Feature/ Ideen sammeln

Ressourcen bereitstellen

Welche Tools gibt es?

Welche Kanäle?

Analyse des bevorzugten Medium (Browser vs. Paper)

Social Media Kanäle?

Customer Journey mit MA durchführen

MA bei Kd

Priorisierung

Produkt meldet Feedback

Cluster Service Fühl

Wir kennen die Lieblingskanäle unserer Kunden nicht

Wie bekommen wir Feedback von ALLEN "Kunden"?

Wie kategorisieren und clustern wir den Feedback?

4b

2. INTEGRATION ALLER FEEDBACK-KANÄLE DGQ

GANZHEITLICHE SICHT

Customer-Feedbackmanagement 20XX

Freiwillig feedback geben

Einfache Mobile Feedbackwege

Hemmschwelle für Feedbackabgabe niedrig halten

Unternehmenskultur ist wichtig

Prozess zur Abwicklung von Feedback definieren

Menschen motivieren Feedback abzugeben

Feedback muss nicht langweilig sein

Feedback muss nicht langweilig sein

1. Kundengruppe identifizieren
Jedes hat Einfluss auf Unternehmen hat

↕
Kundenportal

Kommunikation Ergebnisse

Kennzahlen (für alle)

2. Kanäle bestimmen für jede Kundengruppe

Kundenworkshops nutzen

Telefoninterview
Feedbackoffen

größte Treiber für Weiterentwicklung, Verhalten (id.R. 3) herausfinden + nutzen

3. Kanalisieren

Produkt hat Lösung nicht
10.000 € -> Produkt des Spielstuhls

Fehlercluster
Konkrete Festlegung von Fehlern (Schwerwiegend, leichte...)

4. ERFOLGSFAKTOR MITARBEITER

MITARBEITER

Customer-Feedbackmanagement 20XX

3d

hat der Kunde immer Recht - Feedback basieren!

(unvermeidliche Probleme/Kunden entgegenstehende Anforderungen)

Erfolgsfaktor fördern

Was ist mein Beitrag

Potenzial des direkten Feedbacks (z.B. zwischen den Zellen) nutzen!

positive Verständigung / Wertschätzung

Inhouse-Storytelling 'best practice'

Hintergründe von Maßnahmen erläutern

Transparenz zu Feedback pos/neg MA ↔ FK

Aktives Zuhören auf den Kunden

WERTFREIES ANNEHMEN

AKTIVES ZUHÖREN

FEHLER- UND LERNKULTUR

Empathie

Wie erfüllt man Kunden-Anforderungen?

Emotionales Verhalten der Schritte verstehen

Sensibilisierung der MA

Überforderung

Wissen über differente Wahrnehmung

Einsicht / Kultur für FK

Misserfolgsfaktoren ausschließen

ABST VOR NACHTEILEN, WENN MAN NICHT AUSSERT

Feedback entgegennehmen -> geben wie wird gemacht?

Berücksichtig kultureller Gegebenheiten (z.B. unterschiedl. Arbeitsweise)

ZEIT-MANGEL / Ressourcen schaffen

UNGEDULD

KLEIN-REDEN VON KRITIK vermeiden

Überforderung durch kompetente Strukturen/kommunale Kompetenz

PRIVAT-SCHWIERIGKEITEN des MA berücksichtigen

4. ERFOLGSFAKTOR MITARBEITER

DGQ

MITARBEITER

Customer-Feedbackmanagement 20xx

11/17 | Folie 3

4d

Lösungsideen

MA-Einbindung durch neue Kommunikationsformen u. -wege (auch, v.a. emotional)

mechanisch oder persönlich (je nach Branche ausgeprägt)

echtes Interesse haben / sich Zeit nehmen als Führungskraft

MA - individuelle Maßnahmen ableiten und umsetzen

Firmenkampagne initiieren

3c

3. FEEDBACKMANAGEMENT GANZ PRAKTISCH DGQ

GANZHEITLICHES MANAGEMENT

Customer-Feedbackmanagement 20xx

Dateninput

- Zeit Manpower
- Kosten IT / App
- Fragebogen Feedback z. sch. kann nicht nachfragen
- Kunden sind begeistert mit Feedback Gesundheitswesen Alternative
- Validität der Daten

Vorarbeitung

- techn. Probleme bei der Erfassung und Auswertung
- Weiterleitung / Ber. von Beschwerden
- Feedback so, dass ich verstehen kann
- Zuständigkeiten klären
- Soft Facts bewerten
- Trennung von Beschwerden und Reklamation
- keine systematische Bearbeitung
- Enorme Zeitverzögerung zwischen Feedback und Problemlösung
- Maß-? stab.
- Wer verarbeitet es weiter und wie?
- Clustering was in welcher Teile zu bearbeiten ist
- FEHLENDES KUNDEN-BAROMETER

Ergebnisse

- Ergebnisse zusammenführen
- Quantifizierung Messbarkeit
- messbare Ergebnisse erzielen
- Schnelle Antwort auf Reklamation
- Rechtsmaßnahmen ableiten
- Wieviele man die Kunden-Anforderungen?

Kontakt:

Leitungsteam: Christian Ziebe, Heiko Klemm, Helmut Kremer, Sven Wolf

Sie erreichen uns:

E-Mail-Adresse: FK-DL@dggaktiv.de

Internet: [Fachkreis Exzellenter Kundenservice](#)

Fachkreis Exzellenter Kundenservice

Wir wollen gemeinsam diskutieren und entwickeln, was exzellenter Kundenservice in der Dienstleistungsbranche ausmacht – mit einer klaren Sprache.

DGQ+

Deutsche Gesellschaft
für Qualität