

# Die Wüste

Jacqueline Irrgang: „Der Kunde ist König“ – nur ein vollmundiges

**Die Wüste lebt. Die Service-Wüste aber leider auch. Doch es gibt sie: Die kleinen grünen Pflänzchen in der Aufmerksamkeitsdiaspora. Mit den richtigen Menschen am richtigen Platz werden Sie Ihr Kundenservice-Center zum Blühen bringen.**

**H**inter einem gelungenen Kundenservice steht immer eine geschickte Organisation. Welche Prozesse brauchen wir? In welcher Abteilung ist welcher Prozess angesiedelt? Wie sichern wir die Qualität? Welche Technik setzen wir ein? Sicherlich alles wichtige Fragen, aber der wichtigste Aspekt einer gelungenen Serviceorganisation ist wieder mal der Faktor Mensch. Die Personalauswahl muss Teil Ihrer Servicestrategie sein, wenn Sie ein Dream Team für exzellenten Kundenservice aufbauen wollen.

Eine Personalstrategie kann aber nicht vor der Servicestrategie erstellt werden, weil elementare

Themen zu Erreichbarkeit, Servicevereinbarungen sowie die Anforderungen an die Mitarbeiter geklärt werden müssen. Erst dann haben Sie ein Bild, welche und wie viele Mitarbeiter benötigt werden. Im Rahmen der Strategieentwicklung für den Service klären Sie zunächst Aspekte wie:

- Wer tritt mit welchen Anliegen an uns heran?
- Wie segmentieren wir unsere Kunden (Geschäftskunden, Privatkunden, Premiumkunden), Interne Kunden (IT, Personal, etc.), Dienstleister, öffentliche Stellen (Polizei, Datenschützer, Staatsanwaltschaft)?
- Wer verantwortet die Betreuung der verschiedenen Kundengruppen und welcher Skill wird für welche Anfrage benötigt?
- Welche möglichen Fragen, Herausforderungen, Anliegen können im Kundenkontakt auftauchen? Wenn Sie Fragen wie diese geklärt haben, ergibt sich ein deutliches Bild der Kompetenzen, die Ihr zukünftiges Team braucht. Die einen Unterneh-

men brauchen für guten Service eine hohe technische Kompetenz, die anderen gute Didaktiker für den Telefonsupport, wieder andere exzellente Berater, die individuelle Lösungen für den Kunden erarbeiten.

## **Die Personalstrategie im Kundenservice**

Organisationstruktur:

Legen Sie in einem Organigramm fest, welche Mitarbeiter Sie in welchen Hierarchiestufen benötigen (Teamleiter, Stellvertreter, Second-Level-Support, Serviceteam usw.). Wer berichtet an wen? Wer ist im Frontoffice, wer im Backoffice? Welche Teamgrößen sind sinnvoll?

## **Anforderungs- und Stellenprofile:**

Die Stellenbeschreibung regelt die Ziele, Aufgaben und Kompetenzen, das Anforderungsprofil die Fähigkeiten und Eigenschaften, die ein Mitarbeiter mitbringen soll. Auch die Art der Beschäf-

# lebt

## Versprechen?

Trainings kommen zum Einsatz? Wie transportieren wir unsere Service-Philosophie? Telefontrainings, FAQ der Kunden, Prozessabläufe, Coachings, Entwicklungsmöglichkeiten, Feedbackgespräche – an diesem Punkt dürfen Sie nichts dem Zufall überlassen.

Wenn Sie so vorgehen, wird aus dem Schlagwort des exzellenten Kundenservice Wirklichkeit. Sie werden sehen: Ein Kundenservice-Center mit qualifizierten Mitarbeitern lässt sich in allen Phasen des Kundenkontakts planen und umsetzen.

Klar, der Kunde ist König, steht im Fokus – immer und überall. Doch zu mehr als einem vollmundigen Versprechen reicht es bei vielen Unternehmen in der Realität nicht. Millionen von Kunden werden täglich abgefertigt, falsch informiert, angeschnauzt oder schlicht und einfach vergessen. Im modernen Verdrängungsmarkt kommt dies einer Todsünde gleich. In Zeiten einer Weltwirtschaftskrise muss jedes Unternehmen ein wohlwollendes Augenmerk auf seinen Brotgeber, den Kunden, richten.

Der neue Ratgeber „Leitfaden Kundenservice – Exzellenter Service in allen Phasen des Kundenkontakts“ von Jacqueline Irrgang klärt wichtige Fragen, die für einen professionellen Einstieg in einen guten Kundenservice essenziell sind. Denn Kundenservice ist nicht gleich Kundenservice, sondern orientiert sich an der Art des Unternehmens, das ihn anbieten will. Die Autorin vermittelt anschaulich, wie Sie guten Service über alle Phasen des Kundenkontakts im Unternehmen aufbauen können – systematisch und Schritt für Schritt. Wie ist ein Kundenservice-Center organisiert? Wie wird Qualität sichergestellt? Welche Strategien bietet ich welchen Kunden? Wie werden Mitarbeiter qualifiziert? Auf alle wichtigen Fragen liefert das Buch sachliche und kompetente Antworten.

Mit diesem Buch wird das Schlagwort vom „exzellenten Kundenservice“ Wirklichkeit. Der „Leitfaden Kundenservice“ hilft, das Denken und Handeln aller Führungskräfte und Mitarbeiter systematisch auf die Kernkompetenz „Kundenservice“ zu fokussieren und somit die Existenz des Unternehmens nachhaltig zu sichern. ■

tigung (Vollzeit, Teilzeit, Hilfskräfte, Arbeitnehmerüberlassung) findet hier ihren Niederschlag.

### Rekrutierungsformen:

Wo schreiben wir die Stellen aus (intern, Zeitung, Radio, Aushang an der Uni, Zeitarbeitsfirmen, Personalagentur)? Welche Schritte laufen danach ab? Telefoninterview, Assessmentcenter, persönliches Gespräch usw.

### Vertragsgestaltung/Gehaltsstruktur:

Hier werden die wesentlichen Positionen auf vertraglicher Ebene festgelegt. Arbeitszeitgestaltung, Zeitkonten, Schichtdienste, Gehaltstabellen im Service Center (Agent, Teamleiter, Supervisor, Projektleiter, Manager usw.)

### Trainings- und Einarbeitungsplan:

Planen Sie dezidiert die Phasen der Einarbeitung. Wer soll was wann lernen? Wer schult? Welche



Jacqueline Irrgang

AUTORIN

*Jacqueline Irrgang ist seit über 30 Jahren ein Profi beim Thema Kundenservice. Nach verschiedenen Stationen als Führungskraft im Bereich Kundenservice machte sie sich 1999 mit ihrer Firma CCQ – Call Center Quality – selbstständig. Sie ist diplomierte systemischer Coach und hat eine Zusatzausbildung zum Businesscoach absolviert. An der European Business School machte sie ihren Abschluss zum „Executive Interimsmanager“. Aktuell konzentriert sie sich neben der Beratung von Unternehmen zum Thema Kundenservice auf Interimsmanagement, Prozessberatung und Change Management.*



### LEITFADEN KUNDENSERVICE.

*Exzellenter Service  
in allen Phasen des Kundenkontakts  
GABAL Verlag*

**ISBN: 978-3-89749-925-6, 17,90 EUR**