

## Liebe Leserinnen und Leser

Wir freuen uns, Ihnen den zweiten Report zum Service Excellence Cockpit zu präsentieren. Gleich geblieben ist das zugrundeliegende **ständige Streben nach besserer Kundenzufriedenheit und höherer Qualität in den Service Centers.** In diesem Jahr haben sich nicht nur doppelt so viele Teilnehmer an der Umfrage beteiligt, es sind auch etliche Teilnehmer aus Deutschland und weiteren europäischen Ländern mit dabei. Zur Erinnerung, basierend auf dem Forschungsprojekt «Dialog Monitor» widmet sich das neue BenchmarkingTool «Service Excellence Cockpit» den fünf Dimensionen Kundenzufriedenheit, Effizienz, Prozesse/Technologie, Qualität und Mitarbeiterzufriedenheit. Das BenchmarkingTool ist mehrsprachig verfügbar und da webbasiert, einfach über stationäre und mobile Endgeräte zugänglich.

In einer «Mess- und Wettbewerbs-Gesellschaft» wie der unsrigen sind objektive Performance-Indikatoren eine wichtige Orientierungshilfe. Über Zahlen können sich alle austauschen, über Zahlen kann man sich vergleichen, argumentieren, richtigstellen oder kontern. Dies ist der eine Nutzen. Die andere und vielleicht bedeutendere Zielsetzung ist, ein Instrument zur Verfügung zu stellen, mit dem sich ein Service Center gezielt weiterentwickeln kann. Zum Beispiel über Vergleiche oder die Messung der eigenen Maturität in Kernbereichen, im Sinne der Qualitätssicherung und zur weiteren Professionalisierung. Einen speziellen Mehrwert bietet die Möglichkeit, einen Blick über den eigenen Tellerrand zu werfen und den Quervergleich mit anderen Industrien oder ähnlichen Service Centern herzustellen.

Weil sich Service Center mit den Erwartungen der Kunden und der strategische Ausrichtung des Unternehmens ständig weiterentwickeln müssen, wird auch das Service Excellence Cockpit ständig weiterentwickelt. Dazu haben wir in den letzten Monaten eine Expertengruppe von Service Center Managern und Spezialisten aus verschiedenen Branchen etabliert, welche das Qualitätsmanagement und die Praxistauglichkeit sicherstellt.

Für Daniel Hügli von der Luzerner Kantonalbank sind «die Informationen aus dem Service Excellence Cockpit sehr hilfreich. Teilweise konnten wir damit vergangene Entscheide bestätigen. Auf der anderen Seite gab es uns gerade für gewisse organisatorischen Fragen eine Grundlage für Diskussionen und zukünftige Entwicklungen.» Auch der Benchmark-Vergleich innerhalb der relativ grossen Banking-Peergroup ist sehr wertvoll und unterstützt gewisse Managemententscheide.

Christoph Grisiger, Helvetia, ergänzt: «bereits die Zeit für das Ausfüllen der Umfrage war gut investiert. So erhielten wir gleich gut strukturiert die wesentlichen Kennzahlen für die Führung unseres Service Centers.»

Und Oliver Egli von Ringier bringt es auf den Punkt: «Mit den Resultaten aus dem Cockpit konnten wir handfesten Input für den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in unserem Unternehmen gewinnen.»

Das **Ziel des Service Excellence Cockpits** ist, den **Kundenservice messbar und vergleichbar** zu machen, und so die Grundlagen zu schaffen, die Qualität in den Service Centern kontinuierlich zu verbessern. Denn wir sind überzeugt, dass der **Kundenservice** in unserer Welt der austauschbaren Produkte und Services **immer mehr zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil** wird.

Wir freuen uns, Ihnen in diesem Report eine Übersicht der relevanten Marktdaten des Service-Center-Marktes zu präsentieren.

Mit excellenten Grüßen