



www.service-excellence-cockpit.ch

•Fax

Details zu den Fragen



Zürich, Februar 2015

Die Inhaltsblöcke orientieren sich an der Europäischen Qualitätsnorm für Service Centers (EN 15838)

Inhalt

Allgemein



KPIs zu Standort, Sprachen, Art des Service, Öffnungszeiten und Zielen

Qualität



PKIs zu Zertifikaten, Prozess und Qualitätsmanagement

Prozesse / Technologie



KPIs zu eingesetzten Kanälen je Prozess, mit Volumina. Toolunterstützung wie Personaleinsatzplanung und Lastenausgleich, IVR, Spracherkennung etc.

Mitarbeiter



KPIs zu Anzahl und Struktur der Mitarbeiter, Anstellungsverhältnis, Salär, Rekrutierung, Ausbildung, Entwicklung, Fluktuation, Mitarbeiterbeurteilung und Mitarbeiterzufriedenheit

Effizienz

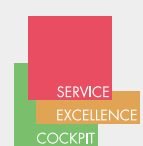


KPIs zum Service Level, First Contact Resolution, Einsatz von Self Service, Kosten, Outsourcing

Kunden



KPIs zur Kundenzufriedenheit und Reklamationsmanagement





Allgemeine Fragen 1



1	In welchem Land befindet sich Ihr Service Center?	<input type="checkbox"/> Schweiz <input type="checkbox"/> Deutschland <input type="checkbox"/> Österreich <input type="checkbox"/>
2	Wie verteilt sich das Kontaktvolumen auf Ihre Kundengruppen? % Geschäftskunden (B2B) % Endkunden (B2C) % Interne Kunden
3	Welche Sprachen bieten Sie offiziell in Ihrem Service Center an?	<input type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Rätoromanisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Serbokroatisch <input type="checkbox"/> Türkisch <input type="checkbox"/>
4	Um was für ein Service Center handelt es sich?	<input type="checkbox"/> Inhouse CCC <input type="checkbox"/> Dienstleister
5	Welche Öffnungszeiten bieten Sie in Ihrem Service Center an?	<input type="checkbox"/> Montag - Freitag, 8.00 - 17.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Freitag, erweiterte Servicezeiten bis 20.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Freitag, erweiterte Servicezeiten bis 22.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Freitag, 24 Stunden <input type="checkbox"/> Montag - Samstag, 8.00 - 17.00 Uhr <input type="checkbox"/> Montag - Samstag, erweiterte Servicezeiten <input type="checkbox"/> Montag - Sonntag, erweiterte Servicezeiten <input type="checkbox"/> Montag - Sonntag, 24 Stunden

Februar 2015 3



Allgemeine Fragen 2



6	Beurteilen Sie die Bedeutung der folgenden Ziele für Ihr Service Center:	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenzufriedenheit erhöhen • Effizienz steigern • Prozesse / Technologie optimieren • Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen • Qualität erhöhen
---	--	--

Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig

Februar 2015 4



Fragen zu Prozesse / Technologie 1



- 7 Welche der folgenden Kanäle bieten Sie aktuell Ihren Kunden zur Kontaktaufnahme an?
- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> SMS, MMS | <input type="checkbox"/> Video |
| <input type="checkbox"/> Brief | <input type="checkbox"/> Web Formular | <input type="checkbox"/> Internettelefonie |
| <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Web-Portal | <input type="checkbox"/> Sonstige |
| <input type="checkbox"/> Fax | <input type="checkbox"/> Chat | |



Fragen zu Prozesse / Technologie 2 (Sprachkanal)



Telefon		(analog für die übrige Sprachkanäle)				
8a	Wie viele Anrufe erhalten Sie durchschnittlich im Service Center pro Monat? Anzahl Anrufe				
9a	Wie lange beträgt die durchschnittliche Bearbeitungszeit im Telefon-Kanal (inkl. Nachbearbeitungszeit)? Minuten Sekunden			
10a	Wie hoch ist das effektive, jahres-durchschnittliche Servicelevel (SL)? Prozent Tage Stunden Minuten Sekunden
11a	Wie hoch ist das angestrebte Servicelevel? Prozent Tage Stunden Minuten Sekunden
12a	Wie oft wird das angestrebte Servicelevel eingehalten?				
<i>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer</i>						
13a	Wie verteilen sich die ein- und ausgehenden Anrufe? (<i>Total muss 100% ergeben.</i>)% eingehend% ausgehen			
14a	Zu welchem Zweck nehmen Sie von sich aus über Telefon Kontakt mit den Kunden auf?	<input type="checkbox"/> Zur Kundenbindung	<input type="checkbox"/> Zum Up- und Cross-Selling	<input type="checkbox"/> Zur Kundeninformation	<input type="checkbox"/> Keine Kontaktaufnahme über diesen Kanal	



Fragen zu Prozesse / Technologie 3 (Sprachkanal)

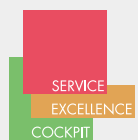


Telefon		(analog für die übrige Sprachkanäle)	
15a	Aus welchen Gründen nutzen Ihre Kunden den Telefon-Kanal?	<input type="checkbox"/> Informationsbeschaffung <input type="checkbox"/> Störungen <input type="checkbox"/> Bestellungen / Käufe <input type="checkbox"/> Reklamationen / Anmerkungen	<input type="checkbox"/> Administrative Anliegen <input type="checkbox"/> Kündigungen <input type="checkbox"/> Assistance
16a	Wie hoch ist die First Contact Resolution (FCR) im Telefon-Kanal? %	
17a	Wie hoch ist der Prozentsatz der Kontakte, die abgebrochen werden, bevor sie durch einen Mitarbeitenden beantwortet werden? %	
18a	Verwenden Sie ein Voice Portal oder Interactive Voice Response (IVR)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
19a	Verwenden Sie ein Voice Portal oder Interactive Voice Response (IVR)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
20a	Welche Technologien setzen Sie wie häufig zur Unterstützung der Sprachkommunikation ein?	<ul style="list-style-type: none"> • Anruferidentifikation • Aufgezeichnete Begrüßung • Fähigkeitsbasiertes Routing • Priorisierung von Anrufen • Dialog-Skripte 	

Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer



Fragen zu Prozesse / Technologie 4 (Schriftkanal)



Brief		(analog für die übrige Schriftkanäle)				
8b	Wie viele Briefe erhalten Sie durchschnittlich im Service Center pro Monat (ohne Werbebriebe) ? Anzahl Briefe				
9b	Wie lange beträgt die durchschnittliche Bearbeitungszeit im Brief-Kanal (inkl. Nachbearbeitungszeit)? Minuten Sekunden			
10b	Wie hoch ist das effektive, jahres-durchschnittliche Servicelevel (SL)? Prozent Tage Stunden Minuten Sekunden
11b	Wie hoch ist das angestrebte Servicelevel? Prozent Tage Stunden Minuten Sekunden
12b	Wie oft wird das angestrebte Servicelevel eingehalten?				

Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer

13b	Wie verteilen sich die ein- und ausgehenden Briefe? (Total muss 100% ergeben.)% eingehend% ausgehen		
14b	Zu welchem Zweck nehmen Sie von sich aus über den Briefkanal Kontakt mit den Kunden auf?	<input type="checkbox"/> Zur Kundenbindung <input type="checkbox"/> Zum Up- und Cross-Selling	<input type="checkbox"/> Zur Kundeninformation <input type="checkbox"/> Keine Kontaktaufnahme über diesen Kanal		



Fragen zu Prozesse / Technologie 5 (Schriftkanal)



Brief	(analog für die übrige Schriftkanäle)	
15b Aus welchen Gründen nutzen Ihre Kunden den Brief-Kanal?	<input type="checkbox"/> Informationsbeschaffung <input type="checkbox"/> Störungen <input type="checkbox"/> Bestellungen / Käufe <input type="checkbox"/> Reklamationen / Anmerkungen	<input type="checkbox"/> Administrative Anliegen <input type="checkbox"/> Kündigungen <input type="checkbox"/> Assistance
16b Wie hoch ist die First Contact Resolution (FCR) im Brief-Kanal? %	
18b Verwenden Sie Texterkennungstools?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
20b Welche Technologien setzen ur Unterstützung der schriftlichen Kommunikation ein?	<ul style="list-style-type: none"> • Routing auf Basis des Inhalts • Relevante Textbausteine automatisch zur Verfügung stellen • Vollautomatische Antwort (z.B. E-Mail Response System) 	

Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft - immer



Fragen zu Prozesse / Technologie 6



21 Welche der folgenden Kanäle planen Sie zukünftig Ihren Kunden zur Kontaktaufnahme anzubieten?	<input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Brief <input type="checkbox"/> E-Mail <input type="checkbox"/> Fax	<input type="checkbox"/> SMS, MMS <input type="checkbox"/> Web Formular <input type="checkbox"/> Web-Portal <input type="checkbox"/> Chat	<input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Internettelefonie <input type="checkbox"/> Sonstige
22 Verfolgen Sie die Kommunikation über Ihr Unternehmen auf den folgenden Plattformen?	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Kundenforum	<input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Google+	<input type="checkbox"/> Sonstige <input type="checkbox"/> Keine
23 Haben Sie dedizierte Personaleinsatzplanungstools im Einsatz?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet	
24 Findet ein integrierter Lastenausgleich statt, um die Ressourcen optimal zu allozieren und das Service Level zu maximieren?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet	
25 Wie wichtig sind die folgenden Prozessoptimierungen in Ihrem Service Center?	<ul style="list-style-type: none"> • Prozesse vereinfachen • Anzahl der Prozesse reduzieren • (Teil-)Prozesse automatisieren • Prozesse zu Self-Services transformieren • Prozessintegration zwischen Service Center und Backoffice optimieren 		

Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig

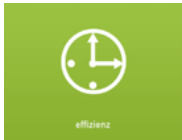


Fragen zu Prozesse / Technologie 7



- 26 Welche kanalübergreifenden Technologien setzen Sie wie häufig zur Unterstützung Ihres Service Centers ein?
- Zentrales Routing / Universal Queuing
 - Trouble-Ticket System
 - Operatives CRM (z.B. Workflow-System)
 - Wissensdatenbank
 - Analytisches CRM (z.B. Data Warehouse System, Business Intelligence)

Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft - immer



Fragen zu Effizienz 1

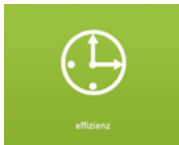


- 27 Setzen Sie Self-Services ein?
- Ja Einführung geplant
- Nein Früher verwendet
- 28 Welche Self-Services setzen Sie wie oft ein?
- Sprachdialogsystem (IVR)
 - Spracherkennung (ASR)
 - Web-Formular
 - Kundenportal
 - App
 - SMS/MMS
 - Chat mit Avatar
 - Kundencommunity

Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft - immer

- 29 Was sind die Treiber für Self-Services in Ihrem Service Center?
- Kundenzufriedenheit steigern durch Mehrkanalverfügbarkeit
 - Kundenzufriedenheit steigern durch Verringerung der Wartezeiten
 - Mitarbeiterzufriedenheit steigern durch Reduktion von einfachen Fällen
 - Zusätzliche Kapazität nutzen für verkaufssteigernde Aktivitäten
 - Kosten senken durch Reduktion von Kontakten mit Mitarbeitenden

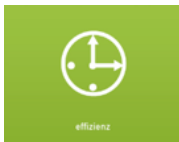
Optionen : Trifft überhaupt nicht zu - Trifft nicht zu - Trifft eher nicht zu – Neutral - Trifft eher zu - Trifft zu - Volltreffer



Fragen zu Effizienz 2



30	Wurden Bereiche des Service Center ausgelagert?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Auslagerung geplant <input type="checkbox"/> Früher ausgelagert
31	Welche Bereiche haben Sie in welchem Umfang ausgelagert und wohin?	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsbeschaffung % des Volumens • Bestellungen / Käufe % des Volumens • Administratives % des Volumens • Assistance % des Volumens • Störungen % des Volumens • Reklamationen % des Volumens • Kündigungen % des Volumens 	
<i>Optionen: nicht ausgelagert - innerhalb der Schweiz - innerhalb Europa - ausserhalb Europa</i>			
32	Bewerten Sie die Kriterien für die Outsourcing-Entscheidung	<ul style="list-style-type: none"> • Kosteneinsparungen durch erhöhte Flexibilität • Kosteneinsparungen durch tiefere Erbringungskosten des Outsourcers • Qualitätsverbesserung durch hohe Erfahrungswerte und Zugang zu Best Practice Wissen • Qualitätssicherstellung dank Zugang zu Reservekapazitäten • Strategische Entscheidung, Nicht-Kernfunktionen auszulagern • Time to Market von Produkten und Dienstleistungen verbessern sonstige: 	
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>			



Fragen zu Effizienz 3



33	Bewerten Sie die Kriterien gegen die Outsourcing-Entscheidung:	<ul style="list-style-type: none"> • Service Center ist Kernfunktion des Unternehmens • Unternehmensentscheid "kein Outsourcing" • Unzureichende Kosteneinsparungen • Zu grosses Risiko • Mangelndes Potential von Drittanbietern • Regulatorische Hindernisse (Datenschutz) • Know-how Verlust, fehlende Kundennähe • Schlechte Erfahrungen 	
<i>Optionen: Trifft überhaupt nicht zu - Trifft nicht zu - Trifft eher nicht zu – Neutral - Trifft eher zu - Trifft zu - Volltreffer</i>			
34	Wie viel Prozent der gesamten Anzahl Arbeitsplätze sind als Heimarbeitsplätze ausgestattet?	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuell % • Geplant 1-3 Jahre % 	
35	Geben Sie an, wie viel Prozent der jährlichen Betriebskosten Ihres Service Centers die folgenden Positionen ausmachen (Total muss 100% ergeben)	<ul style="list-style-type: none"> % Personalkosten % Technologiekosten % Gebäudeinfrastruktur % Externe Service Dienstleister % sonstiges 	



Fragen zu Qualität



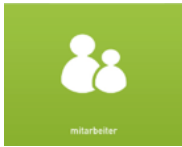
36	Haben Sie definierte und dokumentierte Prozesse, um das Qualitätslevel im Service Center zu sichern?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher verwendet
37	Welche Zertifikate besitzen Sie oder planen Sie zu erwerben?	<ul style="list-style-type: none"> • EN15838 - Qualitätsmanagement in CCC • Gütesiegel Telemarketing • ISO 10002 – Reklamationsmanagement • ISO 9001:2000 – Qualitätsmanagement • EFQM – Qualitätsmanagement • SA 8000 - Sozial verantwortliche Unternehmensführung • ISO 26000 - Gesellschaftliche Verantwortung • Sonstige: 	
<i>Optionen: ja – nein – geplant – nicht mehr</i>			
38	Über welche Systeme verfügt Ihr Service Center, um den Status von weitergeleiteten Anfragen / Anliegen an die Fachabteilungen zu überwachen?	<input type="checkbox"/> Manuelle Systeme (E-Mail, Excel, etc.) <input type="checkbox"/> Automatische Systeme (Prozesse, Workflow, CRM, etc.) <input type="checkbox"/> Keine Systeme	



Fragen zu Mitarbeitende 1



39	Wie viele Personen sind zu welchem Beschäftigungsgrad in Ihrem Service Center angestellt?		Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Manager
		20%				
		40%				
		50%				
		60%				
		80%				
		100%				
		Total				
		Total FTE				
40	Wie ist die prozentuale Verteilung zwischen den Geschlechtern in Ihrem Service Center? Total muss 100% ergeben.		Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Manager
		männlich				
		weiblich				
41	Wie ist die prozentuale Verteilung der Altersstruktur in Ihrem Service Center? Total muss 100% ergeben.		Mitarbeiter	Supervis.	Teamleiter	Manager
		< 30 J				
		31 – 50 J				
		> 50J				
42	Wie hoch ist der Ausländeranteil in Ihrem Service Center? %				
43	Wie viele körperlich eingeschränkte Personen arbeiten in Ihrem Service Center? Anzahl				
44	Gibt es einen Diversity-Kodex in Ihrem Service Center, oder ist geplant ein solcher einzuführen?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Einführung geplant				



Fragen zu Mitarbeitende 2

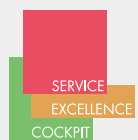


45	Wie ist die Umwandlung von der totalen Arbeitszeit in produktive kundenorientierte Zeit bei den Mitarbeitenden in Ihrem Service Center? (Total muss 100% sein) % Produktive Kundenzeit % Schulung / Coaching % Pausen, Meetings, usw. % Abwesenheit wegen Krankheit % Sonstige nicht beeinflussbare Abwesenheit
46	Welcher Prozentsatz der Mitarbeiter spricht eine oder mehrere der in Ihrem Service Center offiziell angebotenen Sprachen? % eine Sprache % zwei Sprachen % drei oder mehr Sprachen
47	Wie häufig erfolgt die Mitarbeiterrekrutierung über die folgenden Kanäle?	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Personalvermittler • Temporärfirma • Intern • Persönlicher Kontakt • Auf Empfehlung • Zeitungsinserat • Radio / TV • Events • Social Media • Spontanbewerbung • RAV • Stiftung • Quereinsteiger • Sonstige:
<i>Skala: nie – sehr selten – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – immer</i>		
48	Bewerten Sie die folgenden Auswahlkriterien bei der Rekrutierung von Mitarbeitenden.	<ul style="list-style-type: none"> • Sprachkenntnisse • Mündliche Komm. • Schriftliche Komm. • Fachkenntnisse • Zeitliche Flexibilität • Stressresistenz • Dienstleistungs- und Kundenorientierung • Teamfähigkeit • Umgang mit IT-Lösungen • Verkaufsorientierung • Bildungsabschluss
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>		

Februar 2015 17

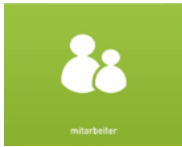


Fragen zu Mitarbeitende 3



49a	Wie wichtig sind die folgenden Aus- bzw. Weiterbildungen für Ihr Service Center? (Schweiz)	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbildung Fachfrau/-mann Kundendialog EFZ • Call Center Agent CallNet.ch • Contact Center Supervisor eidg. Fachausweis • CAS Kundendialogmanagement ZHAW • Interne Führungs- oder Coachingausbildung • Interne Fachausbildung
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>		
49b	Wie wichtig sind die folgenden Aus- bzw. Weiterbildungen für Ihr Service Center? (Deutschland)	<ul style="list-style-type: none"> • Interne Fachausbildung • Interne Führungs- oder Coachingausbildung • Externe Fachausbildung • Externe Führungs- oder Coachingausbildung
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>		
50	Wie viele Tage werden im Durchschnitt jährlich in die Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeitenden investiert?	<ul style="list-style-type: none"> • Erstausbildung • Aus- und Weiterbildung: laufende Coaching Sonstige:.....

Februar 2015 18



Fragen zu Mitarbeitende 4



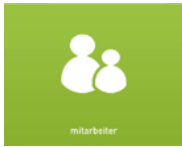
51	Welche Methoden wenden Sie für die Eruerung des Ausbildungsbedarfs an und wie oft setzen Sie diese ein?	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der abgewickelten Kontakte (z. B. Gesprächsanalyse) • Fokusgruppen mit Kunden • Mystery Calls ins Service Center • Kundenfeedback via Telefon • Screenaufzeichnung • Videoanalyse • Sonstige:
<i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i>		
52	Welche Trainingsmethoden setzen Sie wie oft ein?	<ul style="list-style-type: none"> • Trainingsprogramme (Computer based Training) • Gruppenschulungen • Live-Coaching • Vorführen von Beispielvideos • Handbücher
<i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i>		
53	Anhand welcher Leistungsindikatoren messen Sie die Leistung Ihrer Mitarbeitenden? Und in welchem Zeitintervall werden diese mit den Mitarbeitenden besprochen?	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Kontakte • Länge der Kontakte • Qualität der Kontakte • First Contact Resolution • Kundenzufriedenheitsbefragungen • Verkaufsleistung • Sonstige:
<i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i>		



Fragen zu Mitarbeitende 5



54	Wie wichtig sind für Sie die folgenden Massnahmen, um Ihre Mitarbeitenden zu fördern?	<ul style="list-style-type: none"> • Grosser Support in der Anfangszeit • Weiterbildung für Mitarbeitende (Kompetenzen & Fähigkeiten entwickeln) • Mentorprogramm • Entwicklungspfad aufzeigen • Entwicklungspfad individuell erarbeiten
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>		
55	Wie stark werden die folgenden Massnahmen zur Mitarbeiterbindung vom Service Center unterstützt?	<ul style="list-style-type: none"> • Überdurchschnittliche Bezahlung • Bonuszahlungen und Belohnung • Bestimmung eines Mentors / Buddy • Spielraum für Selbstmanagement und Entscheidungsfreiheit • Zielerreichung feiern • (Temporäre) Versetzung in andere Abteilungen • Flexibles Arbeitszeitmodell (Teilzeit, Job-Rotation Jahresarbeitszeit, Home Office) • Genauere Prüfung der Kandidaten bei der Rekrutierung • Sonstige:
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>		



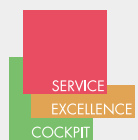
Fragen zu Mitarbeitende 6



56	Haben die Mitarbeitenden (Agenten) die Kompetenz einem Kunden etwas Gutzuschreiben (z.B. einen Geldbetrag)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr																				
57	Wie hoch ist das Bruttogehalt (in Tsd.) pro Jahr für	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Minimum</th> <th>Durchschn.</th> <th>Maximum</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mitarbeitende</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Supervisor</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teamleiter</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Manager</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Minimum	Durchschn.	Maximum	Mitarbeitende				Supervisor				Teamleiter				Manager				
	Minimum	Durchschn.	Maximum																				
Mitarbeitende																							
Supervisor																							
Teamleiter																							
Manager																							
58	Wie hoch ist durchschnittliche Anzahl der Ausfalltage, bedingt durch Krankheit, Betriebs- und Nichtbetriebsunfall pro Person pro Jahr für:	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeitende: Tage • Supervisor: Tage • Teamleiter: Tage • Management: Tage 																					
59	Wie viele Personen haben im letzten Geschäftsjahr das Service Center verlassen?	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Externe Abgänge</th> <th>Interne Wechsel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mitarbeitende</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Supervisor</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teamleiter</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Manager</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Externe Abgänge	Interne Wechsel	Mitarbeitende			Supervisor			Teamleiter			Manager								
	Externe Abgänge	Interne Wechsel																					
Mitarbeitende																							
Supervisor																							
Teamleiter																							
Manager																							
60	Wird die Mitarbeiterzufriedenheit gemessen?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher gemessen																				



Fragen zu Mitarbeitende 7



61	Wie und wie oft wird die Mitarbeiterzufriedenheit gemessen?	<ul style="list-style-type: none"> • Bei persönlichen Beurteilungs- und Fördergesprächen • Strukturierte Umfrage (Online oder Brief) • Anhand der Fluktuationsrate • Bei Austrittsgesprächen • Sonstige: <p><i>Optionen: Wird nicht eingesetzt – Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich – Wöchentlich – Täglich</i></p>
62	Wie hoch ist die aktuelle Mitarbeiterzufriedenheit?	<input type="checkbox"/> Sehr unzufrieden <input type="checkbox"/> Unzufrieden <input type="checkbox"/> Eher unzufrieden <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Eher zufrieden <input type="checkbox"/> Zufrieden <input type="checkbox"/> Sehr zufrieden



Fragen zu Kunden 1



63	Messen Sie die Kundenzufriedenheit?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Einführung geplant <input type="checkbox"/> Früher ja, heute nicht mehr
64a	Warum wird die Kundenzufriedenheit nicht gemessen?	<input type="checkbox"/> Aus Kostengründen <input type="checkbox"/> Thema steht nicht im Fokus <input type="checkbox"/> Sonstiges	
64	Wie oft und anhand welcher Methoden messen Sie die Kundenzufriedenheit?	<ul style="list-style-type: none"> • Mystery Calling • Kunden nach Telefonkontakt befragen • E-Mail / Online nach Kontakt • SMS nach Kontakt • Sonstige: 	
<i>Optionen: Wird nicht verwendet – >Jährlich - Jährlich – Halbjährlich – Quartalsweise – Monatlich</i>			
65	Von wem wird die Kundenzufriedenheit gemessen?	<ul style="list-style-type: none"> • Mystery Calling • Kunden nach Telefonkontakt befragen • E-Mail / Online nach Kontakt • SMS nach Kontakt • Sonstige: 	
<i>Optionen: Andere Abteilung im Unternehmen - Unabhängige Organisation - Intern im CCC- wird nicht verwendet</i>			
66	Wie wichtig sind für Sie folgende Ziele der Kundenzufriedenheitsmessung?	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenbindung stärken • Eigene Stärken erkennen • Handlungsfelder aufdecken • Qualität kontinuierlich verbessern • Unternehmenserfolg steigern • Vorgaben erfüllen (Normen, Zertifikate) 	
<i>Skala: sehr unwichtig - unwichtig - eher unwichtig – neutral - eher wichtig – wichtig - sehr wichtig</i>			



Fragen zu Kunden 2



67	Wie zufrieden sind Ihre Kunden aktuell?	<input type="checkbox"/> Sehr unzufrieden <input type="checkbox"/> Unzufrieden <input type="checkbox"/> Eher unzufrieden <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Eher zufrieden <input type="checkbox"/> Zufrieden <input type="checkbox"/> Sehr zufrieden													
68	Wie viele Reklamationen erhalten Sie durchschnittlich pro Monat? berechnete Beschwerden unberechtigte Beschwerden unqualifizierte Beschwerden													
69	Wie verteilen sich die eingehende Reklamationen auf ihre Kanäle? (Total = 100%)	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>.... % Telefon</td> <td>.... % Video-Chat</td> </tr> <tr> <td>.... % Brief</td> <td>.... % Chat</td> </tr> <tr> <td>.... % E-mail</td> <td>.... % Social Media</td> </tr> <tr> <td>.... % Fax</td> <td>.... % Internettelefonie/Skype</td> </tr> <tr> <td>.... % SMS, MMS</td> <td>.... % Sonstige</td> </tr> <tr> <td>.... % Web-Formular</td> <td></td> </tr> </table>	 % Telefon % Video-Chat % Brief % Chat % E-mail % Social Media % Fax % Internettelefonie/Skype % SMS, MMS % Sonstige % Web-Formular	
.... % Telefon % Video-Chat														
.... % Brief % Chat														
.... % E-mail % Social Media														
.... % Fax % Internettelefonie/Skype														
.... % SMS, MMS % Sonstige														
.... % Web-Formular															
70	Wo ist die Reklamationsbearbeitung angesiedelt?	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>einfache Reklamationen</td> <td> <input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation </td> </tr> <tr> <td>Komplexe Reklamationen</td> <td> <input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation </td> </tr> </table>		einfache Reklamationen	<input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation	Komplexe Reklamationen	<input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation								
einfache Reklamationen	<input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation														
Komplexe Reklamationen	<input type="checkbox"/> Intern im Service Center <input type="checkbox"/> In einer anderen Abteilung im Unternehmen <input type="checkbox"/> Bei einer unabhängigen Organisation														



Fragen zu Kunden 3



-
- 71 Haben Sie eine festgelegte Antwortzeit auf Reklamationen? Ja Nein Einführung geplant Früher ja
-
- 71 Wie lange ist die durchschnittlich festgelegte Antwortzeit für komplexe Reklamationen? Tage Stunden Minuten Sekunden
- In wieviel Prozent der Fälle halten Sie diese % eingehalten auch ein?
-

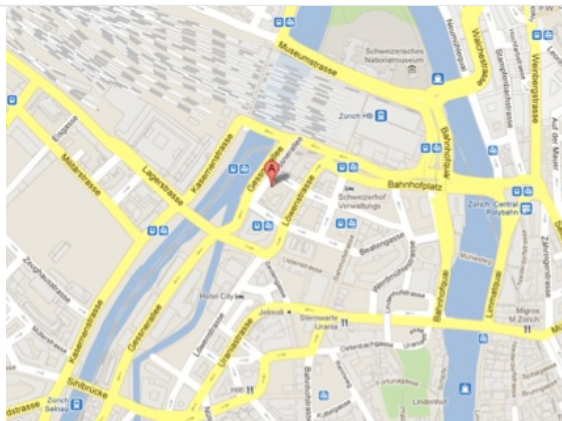
Februar 2015 25

Kontakt

Crystal Partners AG
Gessnerallee 38a
8001 Zürich
Tel. 044 350 13 20

info@service-excellence-cockpit.ch

www.service-excellence-cockpit.ch



Februar 2015 26