



Beschwerde-Management

Beschwerdeführer zu treuen Kunden machen

Christoph Brüntrup
Produktmanager Customer Service & Support
MATERNA GmbH

5. Meeting Arbeitskreis CRM, 16.06.2006

AMC
Assekuranz Marketing Circle



www.materna.de

Unternehmensinformationen MATERNA GmbH

Standorte



MATERNA GmbH

- **Systemintegrator:**
 - Prozessberatung
 - Konzeptionierung
 - Implementierung
- **Portfolio der Business Unit Informations:**
 - Business Service Mgmt.
 - Customer Service & Support
 - Business Portale
 - Branchenlösungen
- **Schwerpunkt:**
Service-Prozesse und unterstützende Systeme
- **Größe:**
120 Mio. Euro 2004
1.050 Mitarbeiter

1980

Erste Projekte für Siemens und Nixdorf

Madrid

1994

Beginn ATLAS-Projekt

1995-96

MATERNA Österreich
Erste Projekte für Dt. Telekom

1999

Weltmarktführer SMS-Versand
Europes Top 500

1998-2001

Benelux, England, Frankreich, Tschechien, Dänemark

2002

Rahmenvertrag Content-Mgt. BundOnline 2005

2004

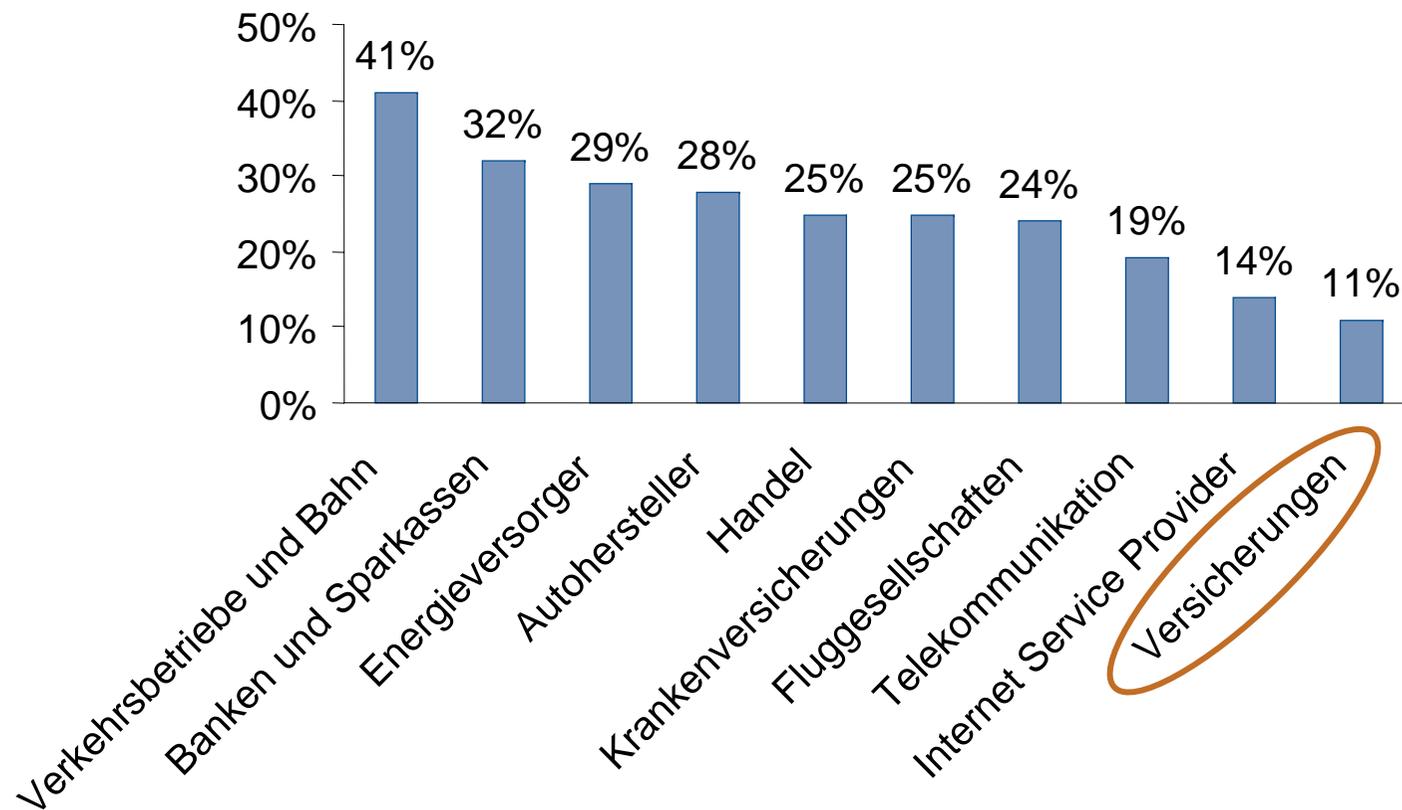
Spanien

2005

Schweden
Finnland

Versicherungen beantworte im Durchschnitt nur 11% aller Kundenbeschwerden

Anteil beantworteter Beschwerden*



*Quelle: Vocatus 2002

Typische Ausgangssituation im Beschwerde-Management

Aus Sicht des Unternehmens

- Kein unternehmensweites Beschwerde-Management (Insellösungen)
- Keine gezielte Nutzung der Beschwerden zur Optimierung von Prozessen und Produkten
- Keine Erhebung und Auswertung von Prozesskennzahlen
- Keine umfassende Integration externer Dienstleister
- Fokus auf kostengünstige Beschwerdeabwicklung
- Einschätzung des Beschwerdemanagements aus Sicht des Kunden nicht bekannt

Aus Sicht des Mitarbeiters

- Unsicherheit, wer für die Annahme einer Beschwerde zuständig ist
- Kunden- und Beschwerde-Historie nicht bekannt
- Kundenwert bei Vorgangsbearbeitung nicht bekannt
- Individuelle Entscheidung durch einzelne Sachbearbeiter
- Arbeitsabläufe zur Bearbeitung der Beschwerde müssen manuell angestoßen und koordiniert werden

Aus Sicht des Kunden

- Unklarheit, wer der richtige Ansprechpartner für eine Beschwerde ist
- Keine / geringe Differenzierung nach Kundentyp (Topkunde / Kleinkunde)
- Keine / geringe Differenzierung nach Vorgang

Beschwerden sind die Nagelprobe für den Customer Service

- ▶ Der Kunde ist verärgert
- ▶ Das Unternehmen muss sofort reagieren
- ▶ Verantwortlichkeiten sind oft nicht klar definiert
- ▶ Es ist zunächst unklar, welche Reaktion erforderlich ist

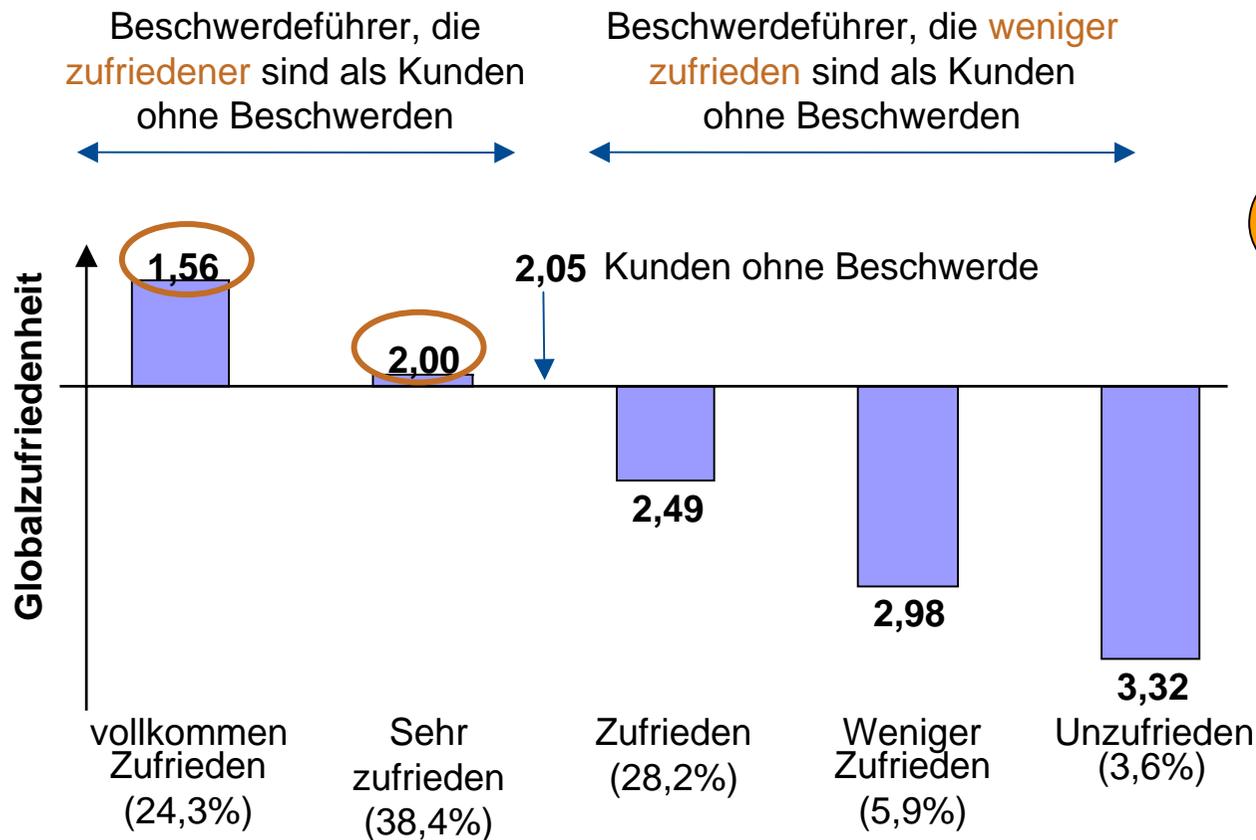
Im Beschwerdeprozess entscheidet sich, ob der Kunde weiter beim Unternehmen kauft.



Für ein erfolgreiches Beschwerde-Management müssen komplexe Arbeitsabläufe kundenorientiert und schnell ablaufen.

Das Beschwerdemanagement muss begeistern, um die Zufriedenheit eines Beschwerdeführers zu stabilisieren

Zusammenhang Beschwerdezufriedenheit und Globalzufriedenheit

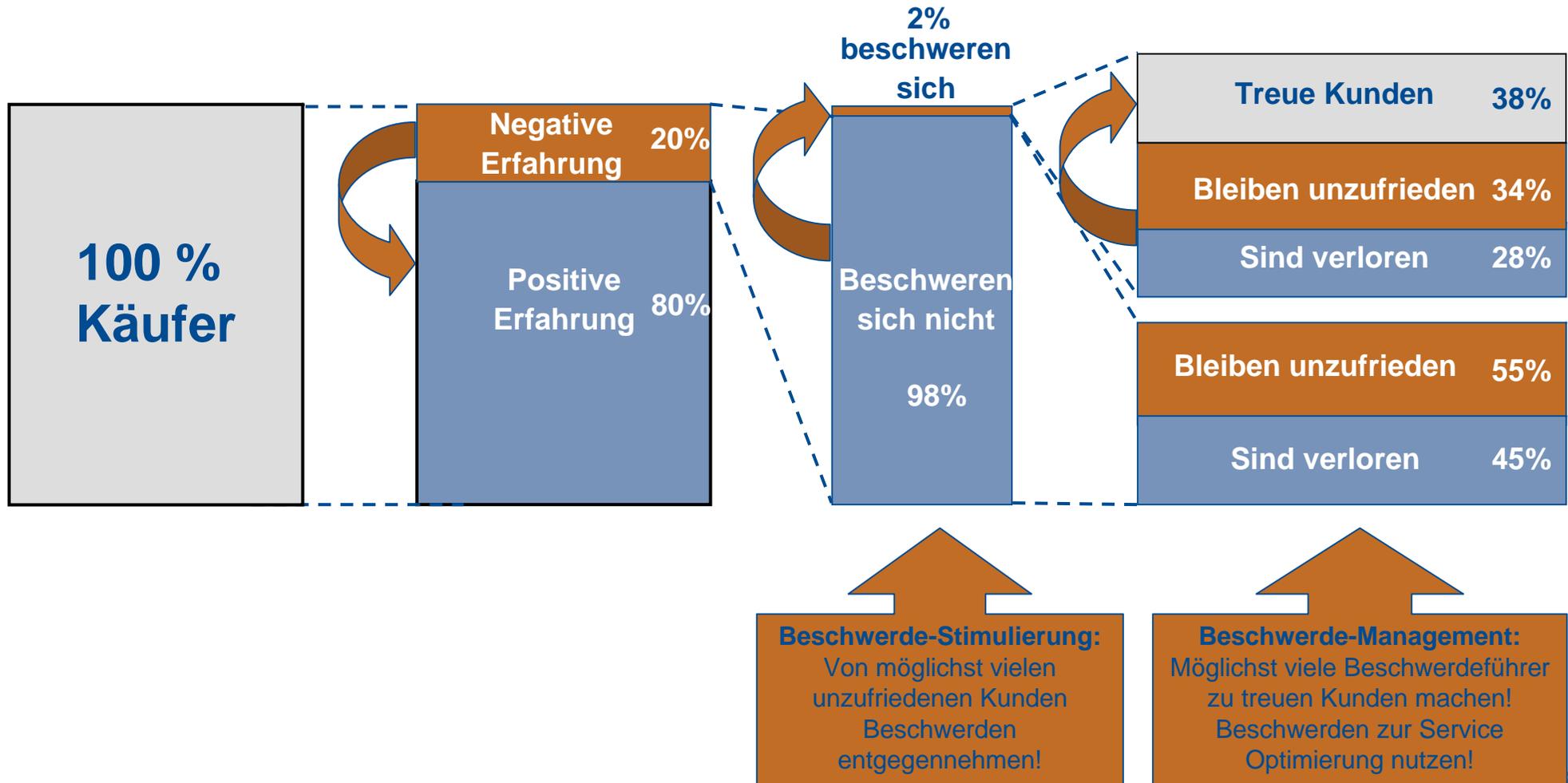


Nur Kunden, die mit dem Beschwerde-management vollkommen/sehr zufrieden sind, sind ebenso zufrieden wie Kunden ohne Beschwerden

Zufriedenheit mit der Beschwerdebearbeitung

Quelle: Meyer/Kantsperger 2005

Von den unzufriedenen Kunden, können nur diejenigen gezielt zurückgewonnen werden, die sich beschweren



MATERNA arbeitet nach einem umfassenden Konzept zum Beschwerde-Management

- Grundlage ist das Prozessmodell von Stauss/Seidl
 - Abbildung des gesamten Beschwerde-Management-Prozesses von der Beschwerde-Annahme bis zum Beschwerde-Controlling
 - Alle Prozessschritte werden durch die MATERNA-Lösung abgedeckt
- MATERNA unterstützt seine Kunden in drei Feldern

Beratung
Festlegung der Customer-
Service-Strategie

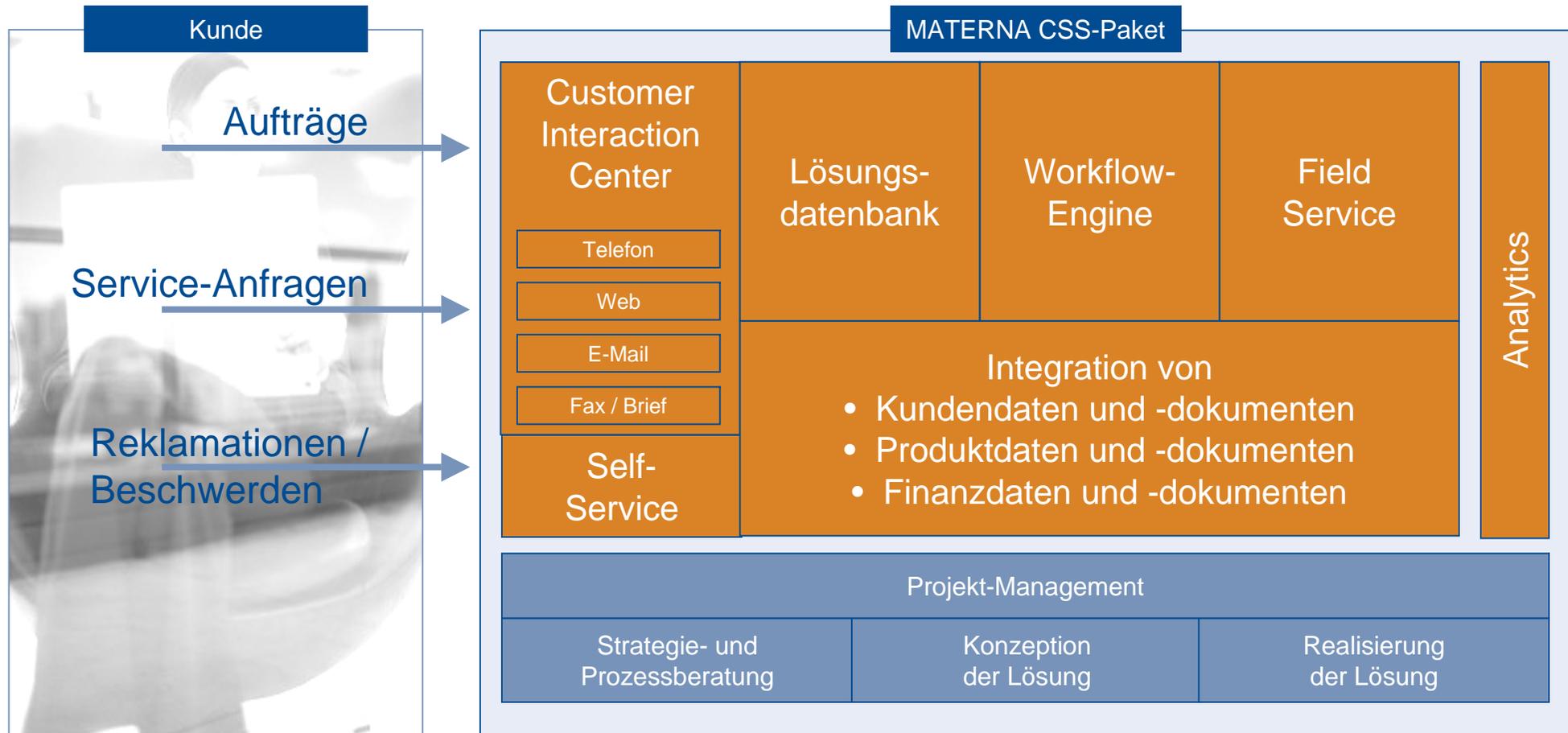
Prozessgestaltung
Definition des Beschwerde-
Management-Prozesses
beim Kunden

IT
Entwurf und
Implementierung der
notwendigen IT-Lösung

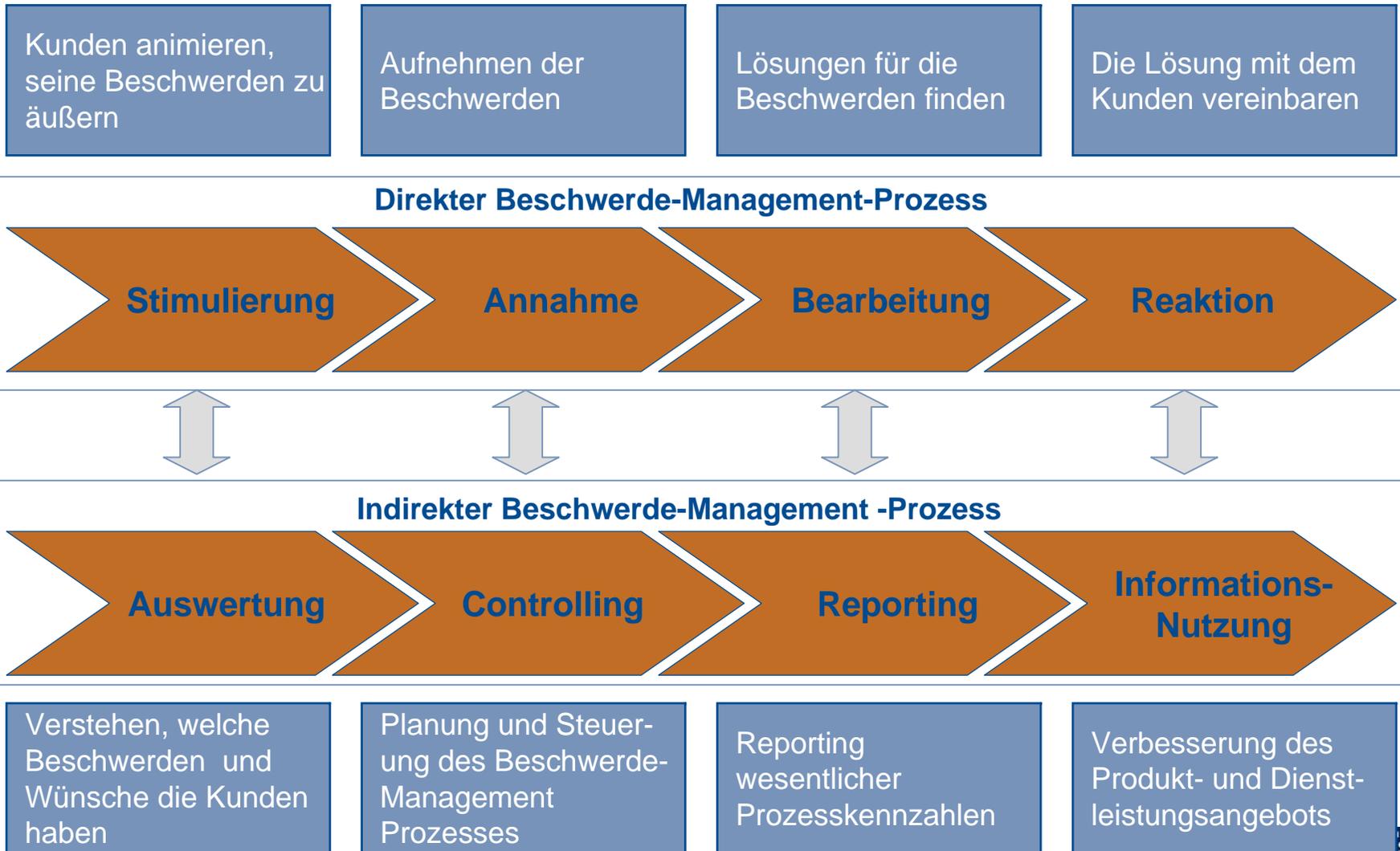
- Namhafte Kunden nutzen MATERNA-Lösungen für ihr Beschwerde-Management (z.B. Siemens, DaimlerChrysler, Blaupunkt)

Für das Beschwerde-Management bietet MATERNA ein komplettes Leistungspaket aus Lösungen und Beratung

MATERNA Customer Service & Support-Paket

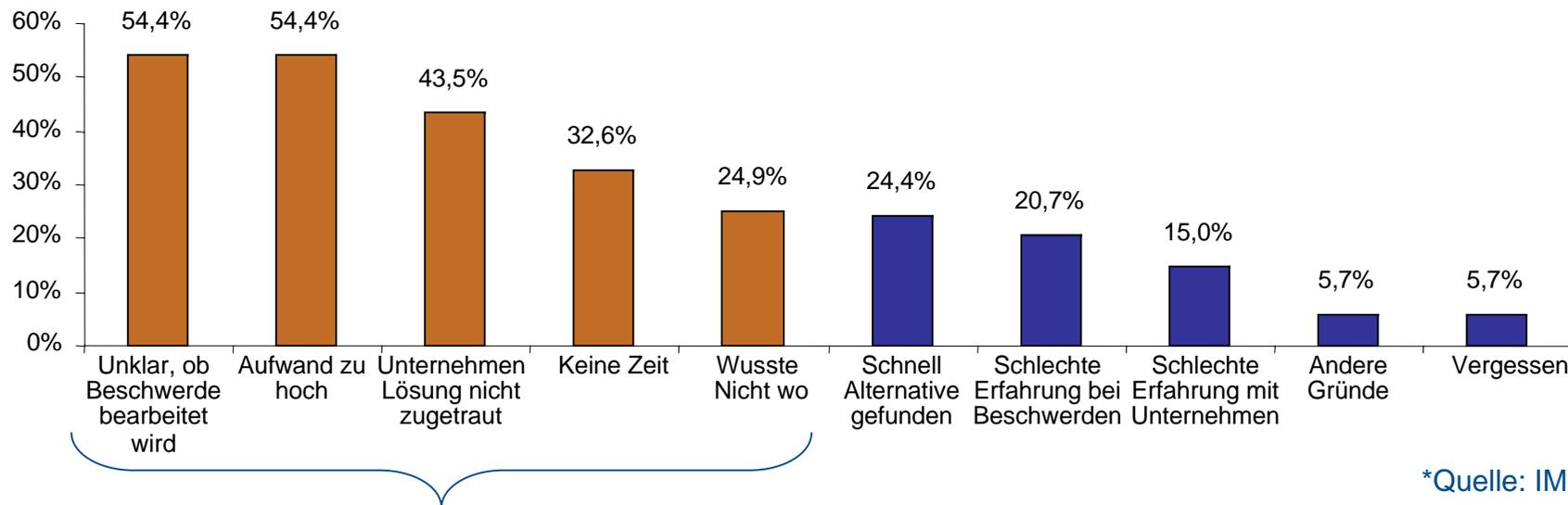
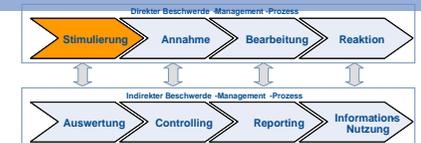


Ein umfassendes Beschwerdemanagement löst nicht nur das Problem des Kunden, sondern geht auch dessen Ursachen an



Ein professionelles Beschwerde-Management ist die beste Beschwerde-Stimulierung

Aus welchen Gründen haben Sie sich nicht beschwert?*

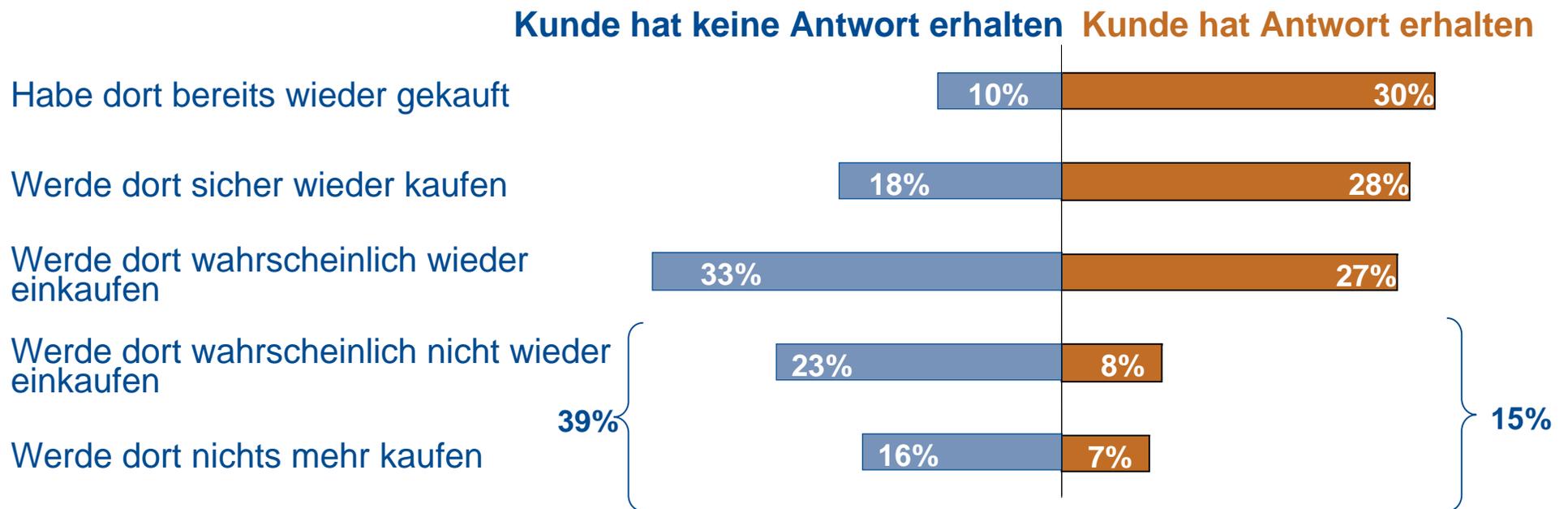
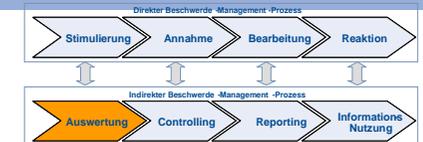


*Quelle: IMAGIN 2003, n=193

- **Mit einem professionellen Beschwerde-Management lassen sich diese Barrieren überwinden:**
 - Für Kunden wird es einfach, eine Beschwerde vorzubringen
 - Den Kunden können feste Bearbeitungszeiten garantiert werden
 - Mit der Zeit vertrauen die Kunden in die Fähigkeiten des Unternehmens im Beschwerde-Management und halten ihre Beschwerden nicht länger zurück

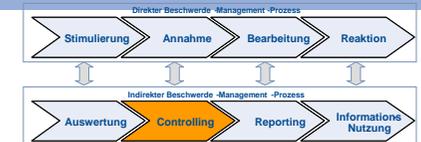
Allein die Beantwortung einer Beschwerde durch den Customer Service senkt die Abwanderungsquote von 39% auf 15%

Wiederkaufwahrscheinlichkeit von Beschwerdeführern

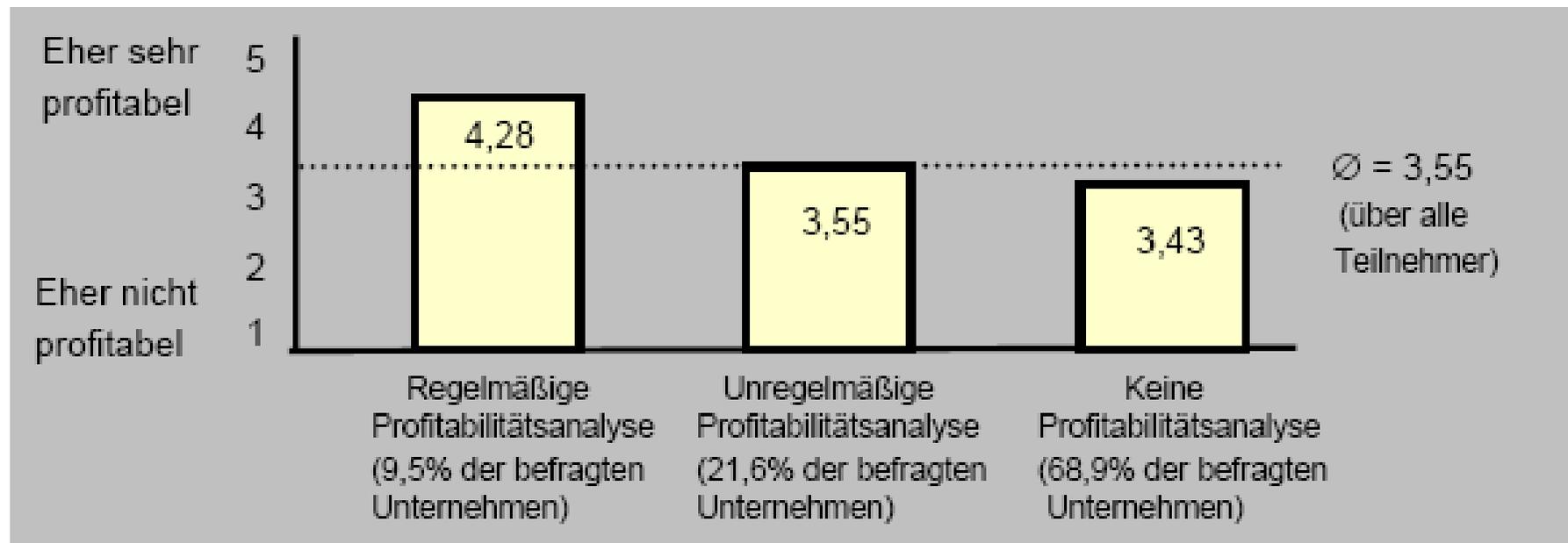


Quelle: Vocatus 2002

Beschwerde-Management ist profitabel! Aber nur wer den Erfolg misst, kann ihn erkennen

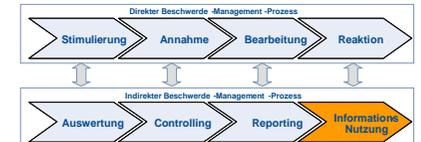


Wie hoch schätzen Sie die Profitabilität Ihres Beschwerde-Managements ein?



*Quelle: Stauss / Schöler 2003

Anwendungsbeispiel: Beschwerde-Informationen-Nutzung bei einer Privaten Krankenversicherung



Problemlösung

- Versicherungsnehmer beschwert sich, dass eine bestimmte medizinische Behandlung nicht erstattet wird
- Aufgrund des geringen Betrages und des Kundenwertes bietet der Agent eine kulante Regulierung an

Ursachenbeseitigung

- Nachforschungen zeigen, dass die Versicherungsbedingungen missverständlich formuliert sind
- Ergänzung der Wissensdatenbank um diesen Sachverhalt
- Hinterlegung eines Call Scripts (Problemdiagnose, Handlungsanweisungen an den Agenten)
- Aktualisierung der Versicherungsbedingungen

Nur durch die Beseitigung der Ursachen einer Beschwerde lassen sich zukünftige Beschwerden vermeiden

Die Lösung: MATERNA-AbaXX Reklamationsmanagement (1) – Customer Self Service

The screenshot displays the 'Customer Self Service' interface. It includes a navigation menu with options like 'Startseite', 'Finanzen', 'Vertrieb', 'IT-Service', 'Personal', 'Customer Self Service', and 'Customer Service Desk'. The main content area is divided into several sections:

- Kundendaten:** A form containing personal information such as 'Kundennummer: 1012612', 'Login Name: k1', 'Vorname: Heinz', 'Nachname: Mustermann', 'Geburtsdatum: 17.07.1971', 'Anrede: Herr', 'Strasse: Voßkuhle 37c', 'Ort: Dortmund', 'PLZ: 44141', 'Land: Deutschland', 'E-Mail: mustermann@local.com', 'Telefon (privat): 0231-5599-512', 'Telefon (Büro):', 'Telefon (mobil):', and 'Fax:'. A 'Änderungen Speichern' button is at the bottom.
- Produkte:** A table listing purchased products with columns for 'Produkt Name', 'Kauf', 'Garantie', and 'Aktion'.

Produkt Name	Kauf	Garantie	Aktion
Sony Ericsson T68i	15.10.2002	2 Jahre	[Icon]
Motorola T280i	14.10.2004	2 Jahre	[Icon]
Nokia 5210	15.10.2004	2 Jahre	[Icon]
- Benachrichtigungen:** A section for notifications with a table header: 'Betreff', 'Prio', 'Kategorie', 'Letzte Änderung', and an 'Aktualisieren' button.
- Status Service Aufträge:** A table showing the status of service orders.

Name	Beschreibung	ID
Reklamation vom 14.12.2004	Tastatur klemmt	102610
Reklamation vom 15.12.2004	Handy stürzt immer ab	102621
Reklamation vom 15.12.2004	njm,fjm,	102622
Reklamation vom 15.12.2004	gfnfgng	102622
Reklamation vom 15.12.2004	Display Problem	102621
Reklamation vom 14.12.2004	Problem mit Display	102610

Below the main screenshot, there is a smaller view of the 'Reklamationserfassung' (Complaint Registration) form, which includes fields for 'Name', 'Kommunikationskanal', 'Produkt Name', 'Erfassungsdatum', 'Reklamationsdatum', 'Kurzbeschreibung', 'Sachverhalt aus Kundensicht', 'Kategorie', and 'Erwartung aus Kundensicht'.

- ▶ Ansicht über
 - ▶ Eigene Kundendaten
 - ▶ Gekaufte Produkte
- ▶ Erfassung von Reklamationen/ Service-Aufträgen
- ▶ Status-Tracking von aufgegebenen Servicefällen
- ▶ Download-Bereich mit Service-Informationen
- ▶ Benachrichtigungen

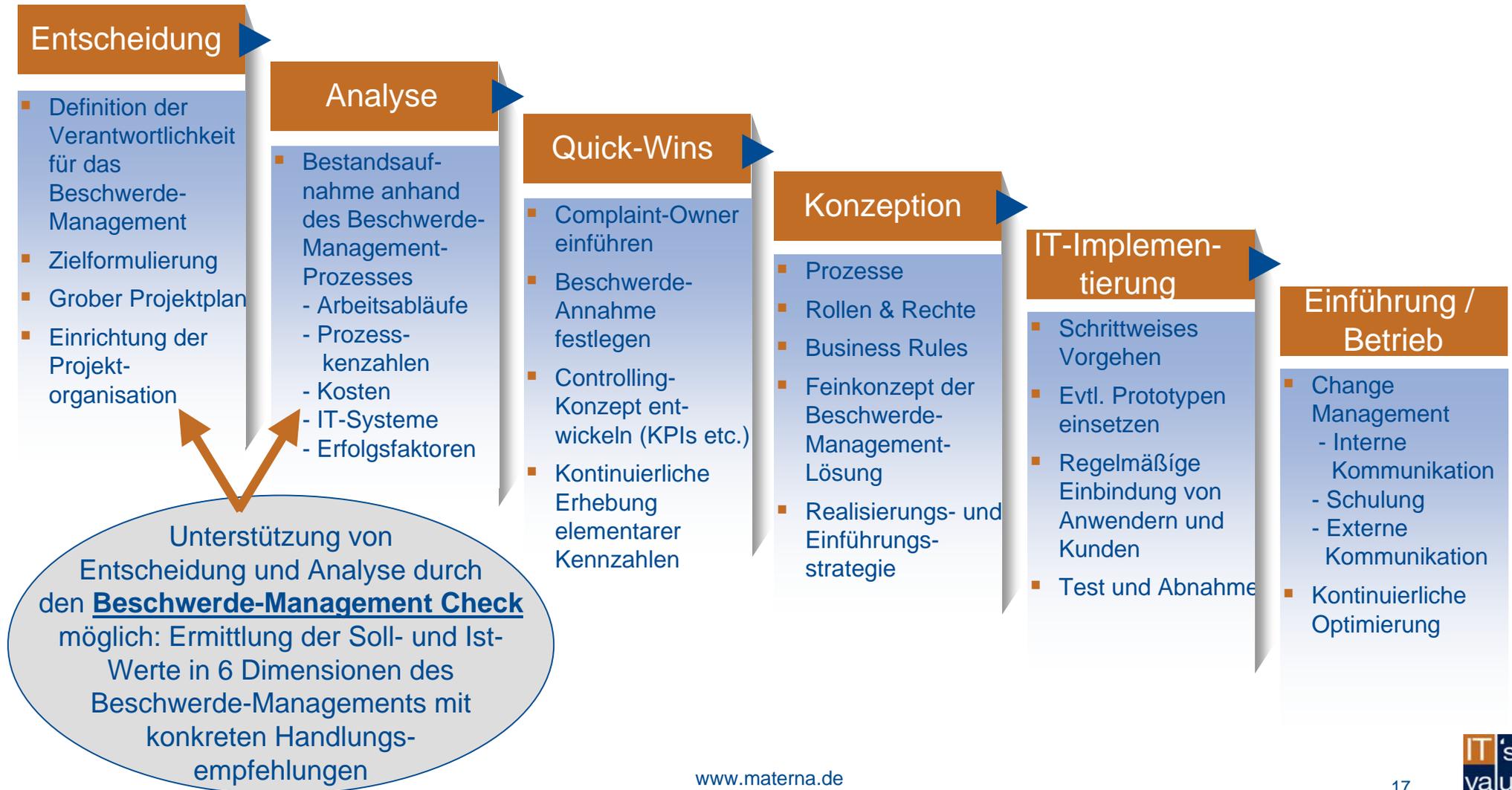
Die Lösung: MATERNA-AbaXX Reklamationsmanagement (2) – Customer Service Agenten

The screenshot displays the user interface of the MATERNA AbaXX Reklamationsmanagement system. At the top, there is a navigation bar with links for 'Startseite', 'Telefonliste', 'Kommunikation', 'Hilfe', 'Sitemap', and 'English'. Below this, a status bar shows agent statistics: 'Angemeldet: 12', 'Frei: 4', 'Besetzt: 6', 'Auslastung: 80%', 'Wartezeit: 14s', and 'Status: Bereit'. The main interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains a 'Menü' section with 'Downloads', a 'Suche' (Search) section with a search box and a dropdown menu set to 'Alles', and a 'Login' section with a welcome message for 'Agent Schneider' and a 'Logout' button.
- Top Navigation:** Includes 'Abmelden', 'Nachbearbeitung', and 'Pause' buttons.
- Main Content Area:** Titled 'Reklamations-Management', it shows a detailed view of a complaint:
 - Vorgangs-Nr:** 1026105
 - Name:** Heinz Mustermann
 - Kundenkategorie (A,B,C):** B
 - Kundennummer:** 1012612
 - Kommunikationskanal:** Portal
 - Kurzbeschreibung:** Tastatur klemmt
 - Sachverhalt aus Kundensicht:** Tasten bleiben immer wieder hängen unter dem Plastikrahmen
 - Erwartung aus Kundensicht:** Umtausch oder Behebung
 - Erfassungsdatum:** 14.12.2004
 - Reklamationsdatum:** 14.12.2004
 - Kategorie:** Hardware Problem
 - Produkt Name:** Nokia 5210
 - Kaufdatum:** 15.10.2004
 - Garantie:** 2 Jahre
- Bottom Section:** Includes a 'Nachricht an Kunden:' field with a pre-filled message: 'Wir werden Ihr Gerät reparieren. Ein Liefersdienst wird Sie kurzfristig aufsuchen und das Gerät abholen.', a 'Vereinbarung:' dropdown menu set to 'Reparatur', and buttons for 'Lösung suchen', 'Zurück', 'Weiterleiten', and 'Produktmanagement benachrichtigen'.

- ▶ Gezieltes Agenten-Routing und Verteilung der aktuell anstehenden Servicefälle
- ▶ Reklamationen werden bei der Erfassung mit dem Kunden und dem Artikel verknüpft
- ▶ Aktuelle Kunden-, Produkt-, und Garantiedaten
- ▶ Lösungs-Datenbank
- ▶ Auslösung von Folge-Aufträgen, z.B. Reparatur Auftrag
- ▶ Echtzeit-Transparenz für Kunden und Agenten
- ▶ Benachrichtigungen an den Kunden über das Portal
- ▶ Benachrichtigungen/ Weiterleitung an das Produktmanagement
- ▶ ...

Die Einführung eines Beschwerde-Managements sollte in sechs Schritten erfolgen



Zusammenfassung und Ausblick in 5 Thesen

1

Der eigentliche Wert eines Beschwerdemanagements liegt in der Verbesserung der Produkte und der Vermeidung zukünftiger Beschwerden

2

Um effektiv zu sein, muss das Beschwerde-Management den Beschwerdeführer begeistern

3

Alle Beschwerden sollten in einem zentralen System zusammengefasst werden

4

Sowohl der direkte als auch der indirekte Beschwerde-Management-Prozess müssen durch das System unterstützt werden

5

Das Beschwerdemanagement sollte ergänzt werden durch regelmäßige Erhebungen zur Kundenzufriedenheit

Viel Erfolg für Ihr Beschwerde-Management!

Christoph Brüntrup

**Produktmanager
Customer Service & Support**

MATERNA GmbH

Tel. :+49 231 5599 8449

Mobil: +49 173 361 47 69

E-Mail: christoph.bruentrup@materna.de





BACKUP

Die Analysephase dient der gezielten Vorbereitung von Strategie und Konzeption



- Erfassung der Ausgangsparameter und der bestehenden Service-Prozesse
- Erhebung der unternehmens-, prozess- und kundenbezogenen Zielparameter und Inhalte (KPIs)
- Identifikation der kritischen Erfolgsfaktoren
- Maximierung der Nutzerakzeptanz
- Abschätzung des notwendigen Ressourcenbedarfs und der Anpassung der technischen Infrastruktur

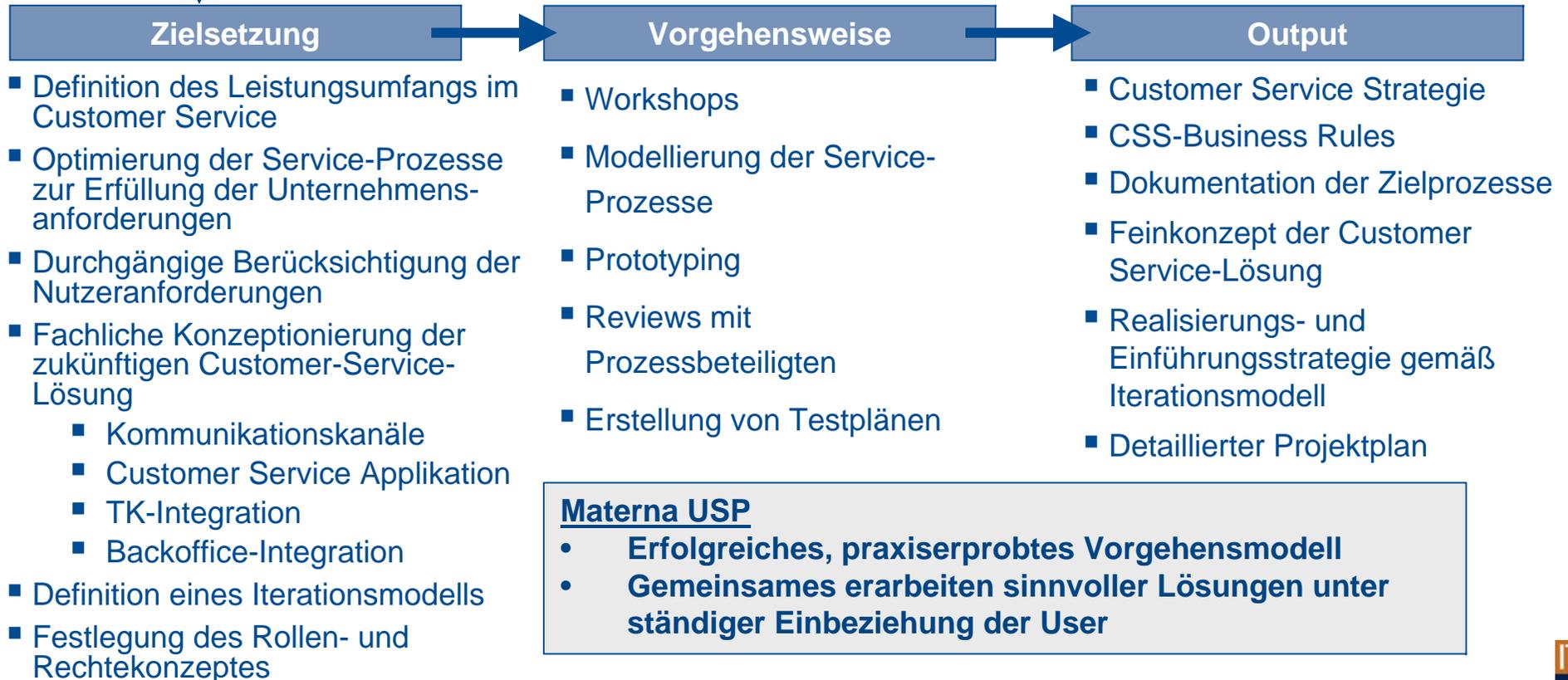
- Interviews / Workshops
- Analyse der Service- und Geschäftsprozesse
- Messung der KPIs
- Messung des Transaktionsvolumens
- Kundenbefragungen
- Analyse der Nutzeranforderungen
- Analyse der technischen und personellen Infrastruktur
- Machbarkeitsstudien

- Dokumentation der Ausgangssituation
- Darstellung der kritischen Erfolgsfaktoren
- Grober Projektplan
- Kostenplanung

Materna USP

- Umfangreiche Erfahrung aus zahlreichen Scoping-Phasen bei diversen deutschen Großunternehmen

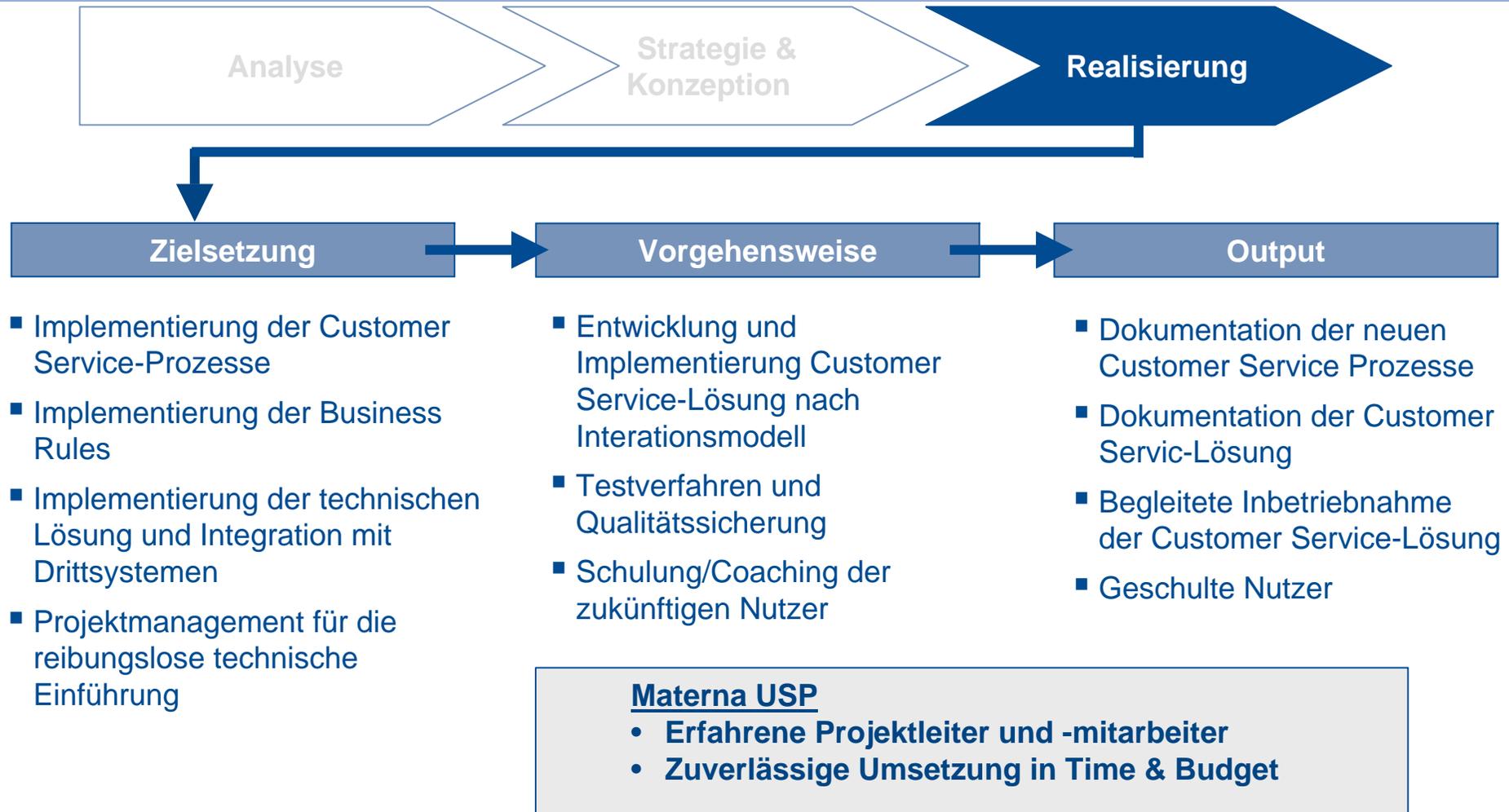
Strategie und Konzeption entstehen in enger Abstimmung mit dem Kunden



Materna USP

- Erfolgreiches, praxiserprobtes Vorgehensmodell
- Gemeinsames erarbeiten sinnvoller Lösungen unter ständiger Einbeziehung der User

Für die Realisierung kann MATERNA aus das Know-How aus einer Vielzahl erfolgreicher Kundenprojekte zurückgreifen



Referenz: Customer Service & Support, Siemens Telekommunikations Service GmbH & Co. OHG (STS)

Entwicklung einer neuen Applikation für die Störungsabwicklung im Kunden-Service

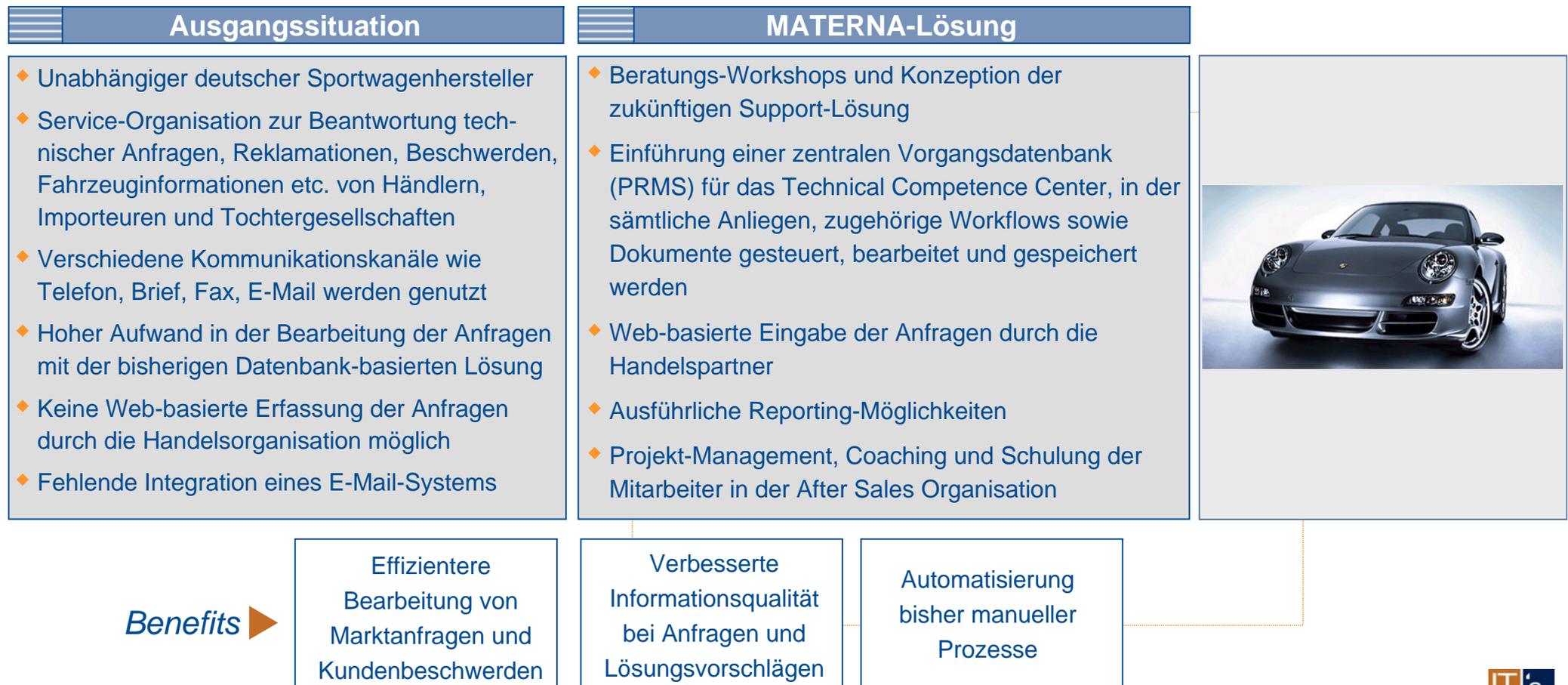
Ausgangssituation	MATERNA-Lösung	
<ul style="list-style-type: none"> ♦ STS erbringt den Kunden-Service für den Bereich Communications der Siemens AG ♦ Vervierfachung der Mitarbeiteranzahl in den letzten 6 Jahren (heute: rund 4.500), das Dienstleistungsportfolio wurde umfassender, neue Kundensegmente kamen hinzu ♦ Bisheriges Service-Management-System stieß an seine Grenzen: Die Performance blieb oftmals hinter den Anforderungen an eine schnelle Reaktionszeit zurück ♦ Implementierung einer komplett neuen Applikation für Störungsabwicklung notwendig ♦ Vollständige Ausrichtung des Systems an den Service-Prozessen 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Gemeinsame Projektabwicklung zwischen Siemens Business Services und MATERNA ♦ Prozess-Erfahrungen von MATERNA ♦ Technische Basis: Remedy AR System ♦ Anbindung aller Kommunikationskanäle: E-Mail, Telefon, Fax, Internet ♦ Intelligentes Call-Routing-Konzept leitet Anfragen in die regionalen CICs ♦ Überwachung und Einhaltung von SLAs gemäß Kunden-, Vertrags- und TK-Anlagendaten ♦ Integration zahlreicher IT-Systeme ermöglicht Durchgängigkeit aller Service-Prozesse ♦ Über Remote-Anbindung gelangen Fehlermeldungen der Kunden-TK-Anlagen ins System 	

Benefits 



Referenz: Customer Service & Market Support, Porsche AG

Aufbau der Web-basierten Support-Anwendung „Porsche Request Management System (PRMS)“ zur Betreuung der weltweiten Handelsorganisation



Referenz: Customer Service & Support, Blaupunkt

Entwicklung und Implementierung eines Ticket-Systems für den Web Self Service in Kombination mit einem E-Mail-Response-Management

Ausgangssituation	MATERNA-Lösung
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Marktführender Hersteller für Autoradios und Navigationssysteme, weltweit über 7.500 Mitarbeiter ◆ Optimierter Kundenkontaktprozess ◆ Personalisierte Einbindung aller an den Service-Prozessen beteiligten Personen in das neue System ◆ Hohe Kommunikationskosten, da Kundenanfragen in großer Anzahl telefonisch und per E-Mail im Customer Care Center abgesetzt werden ◆ Antwortzeiten von mehrere Tagen bei E-Mail sind zu lang ◆ Überlastete Call Center-Agenten 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Anbindung aller erforderlichen Standorte und Kunden per Web ◆ Schnelle Bearbeitung von Fehlermeldungen ◆ Automatisierte Benachrichtigung der Anwender ◆ Umfangreiche Lösungsdatenbank ◆ Separater Self-Service-Bereich im Web ◆ Komfortable und intelligente Suche über FAQ, Beschreibungen, Problemstellungen etc. durch Integration einer ERM-Lösung in das Ticket-System ◆ Analyse der E-Mails und je nach Kategorie der Agentengruppe zugeordnet ◆ Bei einer hohen Trefferwahrscheinlichkeit kann die Antwort auch automatisch vom MailMinder an den Kunden versandt werden



Benefits ▶

