

# Kontaktzentrum und Zufriedenheitsumfragen – Mehrmarken-Autohändler

## HINTERGRUND

- Der Mehrmarken-Autohändler mit einem geschätzten Bestand von 160.000 Fahrzeugen hat einen Teil seiner Kundenbeziehungen ausgelagert, um die Servicequalität, die operative Reaktionsfähigkeit und das Management der Kundenzufriedenheit zu verbessern.

- Das Projekt ist Teil eines Ansatzes zur kontinuierlichen Optimierung des Kundenerlebnisses und umfasst sowohl:
  1. Verwaltung der eingehenden Multichannel-Datenströme,
  2. Die Durchführung von Umfragen telefonischer telefonische Zufriedenheitsumfragen (Verkauf und Kundendienst),
  3. Die Erstellung von auswertbarer für die operative und strategische Steuerung.

## KPIs

- QOS >95 %
- SLA > 90 %
- AWT <= 60  
Sek.
- CR (VERKAUF/KUNDENDIENST)  
>=70 %

## OPERATIVER UMFANG

### Verwaltung eingehender Anrufe – Kundenbeziehungen

- 1**  **Eingehende Anrufe: ~3.000 Anrufe/Monat**
  - Anfragen zu kommerziellen Informationen und Dienstleistungen
  - Kundenbetreuung (Verkauf/Kundendienst)
  - Kundenbeschwerden
  - Terminvereinbarung und -qualifizierungWeiterleitung an die zuständigen Abteilungen je nach Art der Anfrage
- 2**  **E-Mails: ~2.000 E-Mails/Monat**
  - Entgegennahme und Qualifizierung von Anfragen
  - Bearbeitung oder Eskalation gemäß den festgelegten Prozessen
  - Rückverfolgbarkeit über die zur Verfügung gestellten Tools
- 3** 🕒 **Öffnungszeiten:**
  - Montag bis Freitag: 08:00 – 17:30 Uhr
  - Samstag: 09:00 – 13:00 Uhr

# Kontaktzentrum und Zufriedenheitsumfragen – Mehrmarken-Autohändler

## OPERATIVER GELTUNGSBEREICH

### Zufriedenheitsumfragen – Ausgehende Anrufe

- **Ausgehende Anrufe: ~11.000 Anrufe/Monat**
  - ◆ Es werden zwei Umfrageverfahren durchgeführt:

- 1 Tägliche interne Umfragen (VERKAUF / KUNDENDIENST)**
  - ◆ Werden zu 100 % auf der Grundlage täglich übermittelter Dateien durchgeführt Anrufe über eine Call Center as a Service-Plattform – Nixxis
  - ◆ Ausschließliche Verwendung der vom Händler bereitgestellten Skripte und Fragebögen
  - ◆ Messung der Kundenzufriedenheit unmittelbar nach der Dienstleistung oder dem Kauf

- 2 Herstellerumfragen (monatlich)**
  - ◆ Durchgeführt anhand von zweimal monatlich übermittelten Dateien Vom Hersteller bereitgestellte Fragebögen
  - ◆ Erfassung und Rückmeldung über die spezielle Plattform des Herstellers



## PLANUNG & TOOLS

- Telefonieplattform: Call Center as a Service (Nixxis)
- Terminplanung: Microsoft Outlook
- Sicherer Zugriff auf Tools und Daten
- Strikte Einhaltung der Vertraulichkeits- und Datenschutzbestimmungen

**NIXXIS**  
**move XM**



## HERAUSFORDERUNGEN

- Schnelle und einheitliche Bearbeitung von Kundenanfragen gewährleisten
- Verbesserung der wahrgenommenen Qualität der Kundenbeziehung an allen Kontaktpunkten
- Erreichen ein hohes Niveau vollständiger der Zufriedenheitsumfragen
- Verfügbarkeit zuverlässiger und verwertbarer Daten zur Ausrichtung von Korrekturmaßnahmen
- Aufrechterhaltung ein Niveau des Dienstleistungsniveau gemäß den vertraglichen Verpflichtungen