

Claudia Gabler

DIE GEWINNER

Starke Projekte, exklusives Ambiente: So präsentierte sich die Golden Headset Awards Night am 22. Oktober 2015 im Lake Side Zürich. Die Nacht stand ganz im Zeichen der Kundenbegeisterung, genau wie die Gewinner der Golden Headset Awards 2015, welche wir Ihnen hier vorstellen. Lassen Sie sich inspirieren!

Gewinner in der Kategorie *Innovation*

Firma: Walbusch

Projekt: Kundenkontaktmanagement vom Contactcenter bis zur Kasse
Projektleitung: Bernhard Egger, Geschäftsführer Schweiz und Österreich

Für eine grosse Überraschung sorgte das Modeunternehmen Walbusch: «Was auf dem Papier nach einer CRM-Einführung klang, entpuppte sich als wahre Innovation. Bei Walbusch geht tatsächlich die Multichannel-Post ab», kommentiert Juror Karsten Fuhrmann von AXA. Als Innovator in der Branche hat Walbusch alle Kanäle – auch die Kassen in den Filialen – in einer zentralen CRM-Lösung integriert. «Walbusch hat sich vom klassischen Versandhändler zum Multichannel-Unternehmen mit Online-Shop und Filialen entwickelt und sich gefragt: Welches Erlebnis können wir den Kunden in der Filiale bieten? Meistens ist es doch so: Kommt ein Kunde



Bernhard Egger, Walbusch

in die Filiale, wird er nicht erkannt. Nicht so bei Walbusch. Sie haben das gesamte Unternehmen von der Technik über die Prozesse bis hin zum Change-Management umgebaut und dabei jeden Prozess in Frage gestellt – im Prinzip ohne Not. Sie wollten es. Walbusch hat eine völlig neue Lösung entwickelt, die als ausgesprochen gutes Vorbild für andere Multichannel-Unternehmen dient.» Weitere Ergebnisse: Die Mitarbeiter in den Filialen und im Contactcenter verfügen über eine 360°-Kundensicht. Die bessere Systemunterstützung und Prozesssteuerung führten zu einer deutlichen Steigerung der Ergänzungsverkäufe und der Verkaufsquote. Die Umsysteme wie die Bonitätsprüfung sind direkt in den Prozess eingebunden, was in einer deutlich

höheren Erstlösungsquote mündet. Mitarbeiter sehen, welche Briefe, E-Mails und Werbemittel der Kunde erhalten hat, welche Käufe er in der Vergangenheit getätigt hat und können ihn damit wesentlich besser betreuen. Der Kunde kann seine Kleidung online bestellen und in der Filiale abholen, Newsletter-Gutscheine in der Filiale einlösen, in der Filiale kaufen und im Versand retournieren – all das funktioniert dank des zentralen Kundenkontaktmanagements mit integrierter Kasse auf Basis BSI CRM und trägt sehr zur Zufriedenheit der Kunden bei. «Unser Ziel war: Der Kunden hat ein Bild von Walbusch und Walbusch hat ein Bild vom Kunden. Deshalb haben wir konsequent den Kunden mit seinen Anliegen in den Mittelpunkt gestellt – über alle Vertriebskanäle und Kundenkontaktpunkte hinweg, in einer Plattform anhand von prozessgesteuerten Abläufen. Der Award ist die Bestätigung unserer Ideen von Fachpersonen, die etwas von der Thematik verstehen. Ob wir wirklich alles richtig machen, werden uns unsere Kunden zeigen», sagt Preisträger Bernhard Egger, Geschäftsführer Walbusch Schweiz und Österreich.

Gewinner in der Kategorie *Customer Focus*

Firma: SPECIAL.T by Nestlé

Projekt: Customer Experience bei SPECIAL.T
Projektleitung: Fabienne Debrunner und Pascal Monnier

Die Jury zeigt sich beeindruckt vom ganzheitlichen Ansatz und von der Start-up-Mentalität innerhalb des Nestlé-Konzerns: Das SPECIAL.T-Team hat alle Aktivitäten auf den Kunden ausgerichtet. Der Kunde ist nicht nur der Teeliebhaber, sondern vor allem der Quasi-Teeliebhaber, der es gern bequem hat. Pünktlich zum Einbruch der kalten Jahreszeit kommt es bei der Anzahl der Kundenkontakte zum grossen Peak. Um auch hier den Kunden via Telefon, Chat, E-Mail, Community und Social Media optimalen Service zu bieten, wurde ein Team an Teespezialisten beim Outsour-

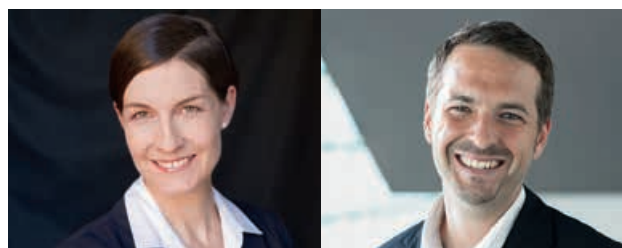
Gewinner in der Kategorie

Employee Focus**Firma: Sunrise**

Projekt: Sunrise Academy

Projektleitung: Melanie Schefer Bräker und Manuel Früh

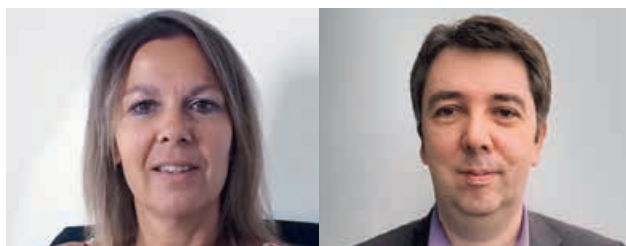
cing-Partner Webhelp aufgebaut, welches Beratung zur breiten Auswahl an Teesorten und zur speziellen Teemaschine bietet. Für ein optimales digitales Kundenerlebnis in acht Ländern sorgt ausserdem die Oracle Service Cloud mit ihren in CRM und Logistik integrierten Anwendungen und einer in elf Sprachen verfügbaren Wissensdatenbank, die sowohl den Agenten als auch den Kunden dient. SPECIAL.T konnte damit die Kosten für den Betrieb seiner Kundenserviceplattformen reduzieren und nach einer Projektlaufzeit von vier Monaten das Mitarbeiter- und Kundenerlebnis signifikant verbessern. Kunden freuen sich über durchgängige Betreuungsprozesse und massgeschneiderte Angebote, die ihren Vorlieben entsprechen, was wiederum zu Mehrumsätzen führt. Das direkte Kundenfeedback dient der kontinuierlichen Anpassung der Produkte und Services an die individuellen Kundenbedürfnisse. «Mit der Implementierung der Oracle-Cloud-Lösung konnten wir ein klares Bild des Markenerlebnisses unserer Mitglieder erzielen. Alle Customer-Service-Werkzeuge wurden in ein System integriert, ohne uns für die Zukunft zu limitieren. Um eine höhere Effizienz punkto Budget und Automatisierung und eine grössere Kundennähe zu erlangen, haben wir alle Be-



Melanie Schefer Bräker, Sunrise

Manuel Früh, Sunrise

Wenn in einem grossen Unternehmen wie Sunrise sogar die Geschäftsleitung über das Wording im Customer Service diskutiert, will das was heissen. Wenn dann auch noch das ganze Unternehmen dahinter steht und jeder Mitarbeiter im Unternehmen (und nicht nur im Kundenservice) involviert ist, handelt es sich nicht mehr um ein Projekt, sondern um ein Gesamtkonzept. Und genau das haben Melanie Schefer Bräker und Manuel Früh mit der Sunrise Academy geschafft: Breit abgestützt und im gesamten Unternehmen verankert, haben die beiden mit der Academy ein auf Qualität, Nachhaltigkeit und Entwicklungsperspektiven für die Mitarbeitenden basiertes Gesamtkonzept auf die Beine gestellt. Ein motivierendes Lernerlebnis und innovative Trainings werden durch Coachings unterstützt, um das Wissen nachhaltig zu verankern. Alle Aktivitäten sind in einen Entwicklungspfad eingebettet, der Care- und Sales-Mitarbeitenden Karriereperspektiven aufzeigt. Die zentrale Aus- und Weiterbildungsplattform zeigt bereits signifikanten Einfluss auf die KPI: Der NPS konnte um 30 Punkte, die First Contact Resolution um 12 Prozent, die Conversion Rate in den Shops um 43 Prozent und die Mitarbeiterzufriedenheit um 16 Prozent gesteigert werden. Zudem konnte Sunrise den Schulungsaufwand dank der flexiblen Trainings deutlich reduzieren. «Jeder Mitarbeiter ist involviert, auch das Top-Management. Die einzelnen Schritte wurden gemeinsam mit den zuständigen Mitarbeitenden erarbeitet. Das Ergebnis? Man kann fragen, wen man will: Alle tragen zum Erfolg bei, nicht nur



Fabienne Debrunner, SPECIAL.T by Nestlé

Pascal Monnier, SPECIAL.T by Nestlé

reiche in unsere neue CRM-Lösung integriert», sagt Pascal Monnier. «Das Team hat vom grossen Bruder Nespresso gelernt und dennoch einen eigenen, kompromisslos kundenfokussierten Customer Service auf die Beine gestellt. Man spürt den Menschen und man spürt die Leidenschaft mit welcher die Teespezialisten von SPECIAL.T aus Teetrinkern Tee-Enthusiasten machen. Wir gratulieren dem ersten Team aus der Romandie zum Golden Headset Award 2015», sagt Juror Prof. Dr. Nils Hafner von der Hochschule Luzern.

Customer Service, sondern das gesamte Unternehmen. Dass mit der Zufriedenheit der Mitarbeiter auch die Kundenzufriedenheit steigt, zeigt, wie eng diese beiden Themen zusammenspielen», sagt Jurorin Angelica Peterlechner, customer connection. «Sunrise hat mit der Academy eine nachhaltige Investition in die Mitarbeiter getätigt. Das Projektteam hat mit viel Herzblut eine Organisation aufgebaut, die sich von einem Projekt zu einem integralen Organisationsteil bei Sunrise entwickelt hat und zu einer nachhaltigen Unternehmenskultur beiträgt. Für uns ist der Award eine gute Gelegenheit aufzuzeigen, was wir mit unserer Arbeit an der Sunrise Academy für die Mitarbeiter geleistet, welche Erfolge wir erzielt und welche Herausforderungen wir noch haben», sagt Melanie Schefer Bräker.

Gewinner in der Kategorie

Best Partnership

Firma: Callpoint und Mobility

Projekt: Flexibel und partnerschaftlich unterwegs
Projektleitung: Nicole Steimle und Jeannette Bossart

«Der Vorort-Besuch hat uns begeistert. 1+1 gibt mehr als 2! Das WIR-Gefühl, mit dem die beiden Damen Probleme adressieren und lösen sowie die gegenseitige Unterstützung und Vorortpräsenz lässt vergessen, wer Mobility und wer Callpoint ist», so Jury-Mitglied Nicole Strausak, PIDAS. Topf und Deckel haben sich im besten Sinne des Wortes gefunden. Hier werden nicht nur Peaks oder einfache Prozesse ausgelagert, sondern beide Teams machen dasselbe, haben dieselben Kompetenzen und Verantwortungen. Die Transparenz, offene Kommunikation, das hohe Qualitätsverständnis und die partnerschaftliche Zusammenarbeit bezeichnen auch die beiden Partnerinnen als Pfeiler des gemeinsamen Erfolges. Callpoint deckt 7x 24h den



Nicole Steimle, Callpoint

Jeannette Bossart, Mobility

Overflow des Mobility Kundendienstes Luzern in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch ab. Die beiden Teams arbeiten so eng zusammen, als wärs eins.

Damit dies so reibungslos funktioniert, sind verschiedene Massnahmen auf der operativen, kommerziellen und teambildenden Ebene fester Bestandteil dieser Partnerschaft. Mobility konnte markant Kosten sparen, den Servicelevel stabilisieren, den Umsatz und die Kundenzufriedenheit steigern. Callpoint-Mitarbeiter werden wie Mobility-Mitarbeiter behandelt, ein Mehrjahresvertrag sorgt für hohe Stabilität und tiefe Fluktuation. «Viele sprechen von Partnerschaft – nur wenige setzen sie so konsequent um wie wir. Der Golden Headset Award setzt ein Zeichen für unsere Mitarbeiter. Wir leben diese Partnerschaft vor und unsere Mitarbeiter setzen sie zusammen mit uns tagtäglich im Betrieb um. Daher wird dieser Award dem Team Luzern und dem Team Basel verliehen», so Nicole Steimle, Callpoint.

Gewinner in der Kategorie

Hall of Fame

Gewinner: Hans Jürgen Dregger

Rückblende: 1985. Handys wogen fast ein Kilo und man konnte damit gerade einmal eine halbe Stunde telefonieren. Der Telekom-Markt war fest in der Hand des Monopolisten PTT und der Eiserne Vorhang trennte West von Ost. Zu dieser Zeit war es äusserst schwierig, fast unmöglich, ausländische Arbeitskräfte in der Schweiz anzustellen. Hans Jürgen Dregger wurde von Karl Albert Jansen als EDV-Fachmann deklariert. «Ansonsten hätten wir keine Chance für einen Arbeitsaufenthalt erhalten», erinnert sich der damalige TELAG Eigentümer. Bis zum positiven Entscheid durch die Behörden vergingen über sechs Monate. Schliesslich durfte er einreisen. Zum Glück. «Denn Hans Jürgen Dregger ist nicht nur Pionier, sondern auch ein Mann, der viel für die Branche bewegt hat. Vor allem gilt er als grosser Unterstützer der Aus- und Weiterbildungen und der Qualitäts-offensiven», so Jurymitglied und Laudator Roger Meili, Geschäftsführer ProfileMedia und Ehrenpräsident CallNet.ch. «Als «Fels in der Brandung» war er der erste, der in der Schweiz «Callcenter» fehlerfrei schreiben konnte. Ihm ist ursprünglich zu verdanken, dass es CallNet.ch überhaupt

Der Golden-Headset-Award-Überblick

Golden-Headset-Award-Gewinner	Innovation	Customer Focus	CSR/Employee Focus	Best Partnership (neue Kategorie)	Hall of Fame
2009	Swisscom (Schweiz) AG	SBB Contact Center	TSS AG	-	Karl Albert Jansen-Lacroix (vormals TELAG Company)
2010	UBS AG	Orange Communications SA	Stiftung Espas	-	Roger Meili (Profile Consulting)
2011	Swisscom (Schweiz) AG	Swisscom (Schweiz) AG	UBS AG	-	Angelika Mittermüller (Aminda Consulting)
2012	CSS Versicherung	Strassenverkehrsamt St. Gallen	-	-	Paul Dobler (vormals Sysmar)
2013	Tempobrain AG	PostFinance AG	UBS AG	-	Urs Joss (vormals Credit Suisse)
2014	Swisscom (Schweiz) AG	Suva	-	CCC & TCS	Bernhard Studer (vormals SBB)

gibt, denn die TELAG (heute TELAG Part of Capita) hat damals die Mitgliedschaft im SDV, der Fachgruppe Telemarketing beantragt und wurde abgewiesen. Die Begründung: «Die machen kein Telemarketing, die machen Inbound-Callcenter, das gehört nicht zu uns.» Daraufhin wurde die Initiative ergriffen CallNet.ch zu gründen. Natürlich war die TELAG sofort ein Mitglied», erinnert sich der Laudator.



Hans Jürgen Dregger, TELAG

Hans Jürgen Dregger feiert sein 30-jähriges Jubiläum auf der Callcenter-Bühne. Nicht nur die Branche und der Verband, sondern auch die Mitarbeiter gratulieren: «Was er spricht, das hält. Was er verspricht, das hält er. Was er repariert, das hält erst recht», lobt ihn sein Team. Als Chef geradlinig, fair und unterstützend legt er grossen Wert darauf, dass es seinen Mitarbeitern gut geht. Dregger hat immer ein offenes Ohr für sie und nimmt seine Vorbildfunktion wahr. Er legt nicht nur vor – er lebt auch vor. Auch in schwierigen Situationen bewahrt er Haltung und Stil und

lässt sich nicht aus der Ruhe bringen. Wetten sollte man mit ihm nie abschliessen – ausser man möchte verlieren, haben wir uns von seinem Team sagen lassen. Kein Wunder, dass sich bei 30 Jahren geballter Erfahrung so manch eine Prophezeiung von Hans Jürgen Dregger bewahrheitet. Aber auch als Mann mit vielen Fähigkeiten – beispielsweise als Fahrlehrer fürs seitlich Einparken oder als Planer und Handwerker der zahlreichen Umbauprojekte in der TELAG – wird Hans Jürgen Dregger von seinen Mitarbeitenden geschätzt. Und natürlich weil er sich auch ab und an die Nächte um die Ohren schlägt, um in Notfällen auszuweichen. «Hans Jürgen hat sich in den vielen Jahren immer sehr zurück gehalten, wenn es aber um etwas ging, konnte man sich immer auf ihn verlassen. Ein Fels in der Brandung eben. Herzlichen Glückwunsch und einfach nur danke!», so Laudator Roger Meili. ■

GOLDEN HEADSET AWARDS

Presented by:  

Gold-Partner:   

Silber-Partner:    

Bronze-Partner:  