



Customer Case Swisscom (Wertschöpfung Call Center)

Kundenanrufe als Potenzial für Wertschöpfung nutzen

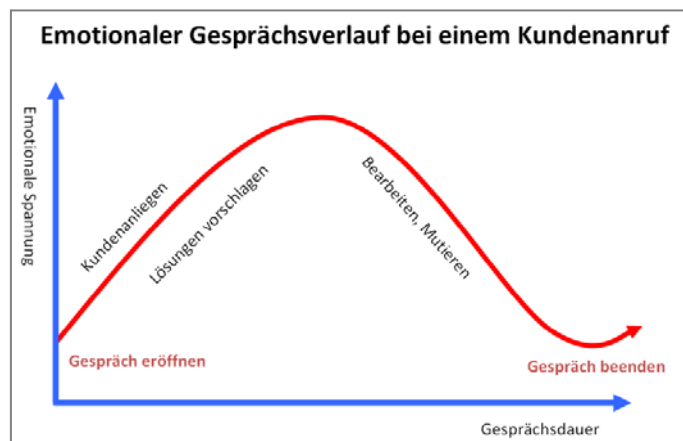
Kunden rufen die Support-Hotline an, um sich über Angebote zu informieren, eine Adressänderung zu melden, die Rechnung zu hinterfragen, sich zu beschweren oder um Hilfe zu bekommen. Die eingehenden Anrufe, bei denen sich der Kunde die Zeit nimmt, den Anbieter aktiv zu kontaktieren, bieten grosses Potenzial zur Wertschöpfung.

«Outside In»-Betrachtung – aus der Wahrnehmung der Kunden heraus agieren

Das Gespräch mit dem Kunden folgt einem Spannungsbogen. Die Kunst liegt darin, im Gesprächsverlauf den richtigen Moment zu finden, um das Gespräch nach der Erledigung des Anliegens auf einen zusätzlichen Nutzen für den Kunden zu lenken.

Zwei Chancen im Gesprächsablauf:

1. Anker während dem Gespräch setzen. Im Gesprächsverlauf darauf zurückkommen.
2. Brücke am Gesprächsende schlagen. Die Emotionalität erneut steigern. Kunde für das Fortführen des Gespräches gewinnen.



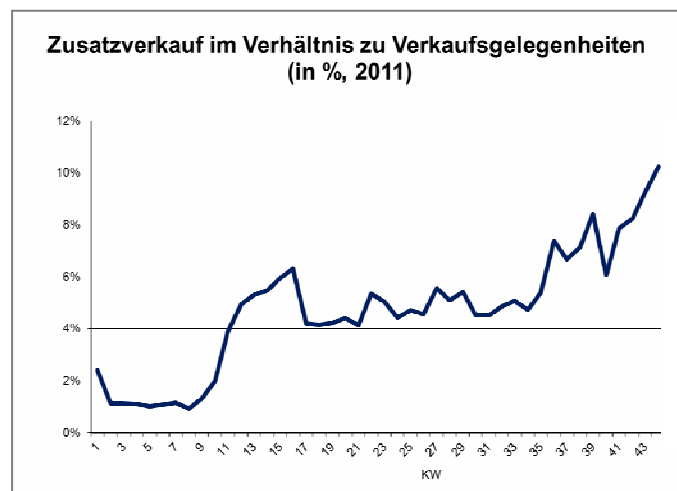
Resultat – Abschluss von Zusatzverkäufen mehr als verfünffacht

Die Angebote für Up- / Cross Selling werden auf der Basis von CRM-Daten vorgeschlagen. Die Datenqualität entscheidet mit.

Fünf Erfolgsfaktoren:

1. Ablauf Telefongespräch visualisieren
2. Tipps und Tricks, einfache Hilfestellungen
3. CRM-System und Datenqualität
4. Coaching und Unterstützung
5. Reporting als Feedbackinstrument

Die Auswertungen bestätigen das Potenzial für Up- / Cross Selling ohne verlängerte Gesprächsdauer.



Kundenbeziehung mit einer «Outside In»-Betrachtung stärken? Mehr unter www.kundenkultur.ch.