

Was bringt die internationale Norm DIN EN ISO 18295 für Customer Service Center?

Seit Oktober 2017 ist die neue internationale Norm für Customer Service Center in Kraft und hat damit die europäische EN 15838 abgelöst. Im Jahr 2018 hat die bkr-callbusiness UG neben der Witt-Gruppe mehrere CSC bei der Chance begleitet, als Qualitätsdienstleister die Nase vorn zu haben und sich den neuen Anforderungen zu stellen. Warum machen die CSC das? Kann das auch für Sie interessant sein?

Ein Zertifikat der ISO 18295 bedeutet, dass sich ein CSC intensiv mit den Faktoren eines erfolgreichen Kundendialogs auseinandergesetzt hat. Faktoren, die von ausgewiesenen Call Center-Spezialisten aus zwölf Ländern über vier Jahre hinweg identifiziert, in Anforderungen gekleidet und als prüfbare Norm formuliert wurden. Entstanden ist so eine ganzheitliche Betrachtung von Organisation, Prozessen und den Menschen, die im Ergebnis eine nachhaltige Qualitätsleistung bewirkt.

Zentrale Frage ist, welches Dienstleistungserlebnis der Kunde haben soll. Das klingt nach einer einfachen Frage, stellt aber die übliche Vorgehensweise im Zahnradsystem eines CSC auf den Kopf: Der Schwerpunkt ist nicht, wie die Dienstleistung am einfachsten und effizientesten abgebildet werden, sondern der Blick geht konsequent vom Kunden aus. Was soll ihm geboten werden? Wie soll er sich fühlen? Womit ist er zufrieden? Wie kann das CSC das erreichen – und das in gleichbleibender Qualität, von allen Mitarbeitenden, jederzeit und über alle Kanäle hinweg?

Das konsequente Kundenerlebnis-Design schlägt sich in den Dienstleistungs-Prozessen genauso nieder wie im Vertragsmanagement mit dem Auftraggeber, den Personalprozessen (Recruiting, Ausbildung, Weiterbildung, Einsatzplanung und ständige Begleitung) und der Infrastruktur (Wissensmanagement, Datensicherheit etc.) Die

Zertifizierung hilft dem CSC, regelmäßig und strukturiert alle Abläufe, Strategien und Ziele kritisch zu betrachten, Risiken zu identifizieren und neue Ideen einzuarbeiten. Die externen Auditierenden blicken nicht nur über den Tellerrand, sondern verhelfen zu einer objektiven Einschätzung. Und das alle Jahre wieder, so dass der kontinuierliche Verbesserungsprozess im CSC von außen unterstützt wird. Ein Zertifikat zur Belohnung, das die konsequente Anpassungs- und Verbesserungsleistung nach außen bescheinigt, ist dann gar nicht mehr so wichtig. Schließlich werden die Anstrengungen nicht für irgendein Siegel, sondern für erfolgreiche, konkurrenzfähige und kundenbegeisterte Dienstleistung erbracht.

Praxis-Case Witt-Gruppe: Im Mittelpunkt steht das Kundenerlebnis

Performance, permanente Weiterentwicklung, agile Methoden, Zielgruppendesign und immer auf dem neuesten Stand – das zeichnet die Witt-Gruppe aus. Der Kundenservice der Witt-Gruppe war eines der ersten Customer Service Center, das sich 2012 durch die bkr-callbusiness UG nach der damals neuen EN 15838 zertifizieren ließ. Und so war es selbstverständlich, auch die neuen Anforderungen der ISO 18295 umzusetzen.

Der 2016 eingeleitete kulturelle Wandel in der ottogroup ergänzte sich gut mit der Kundenfokussierung der ISO 18295, so dass einer Transformation zur neuen Norm nichts im Wege stand. Im Gegenteil:

Anforderungen der DIN EN ISO 18295-1





Im Bild v.l.n.r.: Rita Wolff (Leiterin E-Mail-Bearbeitung, Bettina Burmester (bkr-Callbusiness), Thomas Guttenberger (Leiter Kundenbetreuung), Petra Rädlein (Leiterin Qualifizierung), Georg Regn (Leiter Kundenservice), Anja Kossak (bkr-callbusiness) und Christoph Hintzen (QM-Beauftragter)

Mit unseren kritischen Fragen nach Kundenerlebnisdesign und ganzheitlicher Betrachtungsweise rannten wir Auditorinnen offene Türen ein.



Auf dem expandierenden Markt 50plus ist die Witt-Gruppe einer der führenden Spezialisten im textilen Versandhandel. Sie blickt, gegründet 1907, auf eine über 100-jährige Tradition zurück und ist seit 1987 Teil der otto group.

Im Mittelpunkt steht dabei immer eines: Die Witt-Gruppe verfolgt das Ziel, dass die Angebote und der Service perfekt zu den Lebensstilen, Bedürfnissen und Ansprüchen der Kunden passen. Das Motto: „Witt-Gruppe – für die beste Zeit des Lebens“ bringt das Leistungsversprechen und das Bekenntnis zur Zielgruppe zum Ausdruck.

Dies betraf sowohl die Einbindung der Mitarbeitenden ins neue Unternehmensleitbild und die bereichsübergreifende Vernetzung wie auch die umfangreiche Neugestaltung der Prozesse. Witt steckt viel kreative Arbeit in die Untersuchung, welche Bedürfnisse, Erwartungen und Fähigkeiten die 50plus-Kunden aktuell haben und zukünftig entwickeln werden (wie sie das genau machen, dürfen wir hier naheliegender Weise nicht verraten). Die Ergebnisse werden konsequent derart in die Abläufe und Systeme integriert, dass die Mitarbei-

ter über ein automatisiertes Wissensmanagement und intelligente Software so viel Freiheit wie möglich gewinnen, „um den Kunden glücklich zu machen“. Das kann auch bedeuten, dass ein ganzer Produktbereich eingestellt wird, weil der erwartete Service nicht abgebildet werden kann.

Es geht aber nicht nur um eine Neuausrichtung, sondern auch darum, die „Standards“ im Auge zu behalten. Die klaren Anforderungen der ISO 18295 unterstützen den Kundenservice, Erfolgsfaktoren wie skillorientiertes Recruiting, lernzielorientierte Ausbildung und strukturierte und regelmäßige Weiterbildung und Begleitung der Mitarbeitenden erfolgreich umzusetzen. Die Prozesse zum Umgang mit Reklamationen und der kontinuierlichen Weiterentwicklung wurden an die neuen Abläufe angepasst und nicht zuletzt wurde aktiv dafür gesorgt, dass nicht nur die Kunden, sondern auch die Mitarbeitenden glücklich sind. Im externen Audit ergaben sich zusätzlich hilfreiche Empfehlungen, wo der eine oder andere Prozess nach Modernisierung verlangt oder ein Perspektivwechsel die Sichtweise ändert – gut wenn mal jemand von draußen draufschaut. Und das auch bei den externen Dienstleistungsstationen.

Georg Regn, Leiter des Kundenservice bei Witt, freut sich über das Qualitätssiegel: „Die Zertifizierung ist für uns und unsere

Dienstleister Bestätigung und Ansporn zugleich, um die sehr gute Leistung unseres Kundenservice mit unabhängiger Bewertung von außen auch in Zukunft stetig zu verbessern“.

Unsere Autorin:

Anja Kossak, bkr-callbusiness UG



Über bkr-callbusiness UG:

Die bkr-callbusiness UG war gemeinsam mit dem Call Center Verband Deutschland e. V. und ASplus cert bereits an der Entwicklung der EN 15838 und der ISO 18295 beteiligt. bkr bildet Qualitätsmanager*innen und IQ®-Auditor*innen aus und berät bei der Einführung von Qualitätsmanagementsystemen im Unternehmen.

www.bkr-callbusiness.de

<http://www.callcenterprofi.de/fachartikel/detail/din-en-iso-18295-im-mittelpunkt-steht-das-kundenerlebnis-20196251/>

13.02.2019