



Fotos: (S.14–S.18) Felix Brodmann

Claudia Gabler und Raphael Raetzo

# STARS DER KUNDENBEGEISTERUNG

**Am 3. November 2016 wurden im Rahmen der feierlichen awards night die Golden Headset Awards verliehen. Ausgezeichnet wurden die besten Customer-Service-Teams der Schweiz. Wer die Herzen der Kunden und Juroren höher schlagen liess und das Rennen um den begehrten Award für sich entscheiden konnte: die Gewinner der Golden Headset Awards 2016.**

Am Abend des 3. November 2016 verwandelte sich das wunderbare Lake Side am Zürichsee in das Zentrum der Kundenbegeisterung. Die Keynote-Referentin und Erfolgsautorin Nicole Brandes (WE-Q – Wir-Intelligenz: Warum wir ohne sie untergehen und mit ihr wirklich erfolgreich werden.) inspirierte die 200 Gäste mit ihren Impulsen zur «Weisheit der Vielen». Die Top-Expertin für interkulturelles Management hat auf sehr amüsante und süffige Art aufgezeigt, wie Werte in unterschiedlichen Kulturen anders beurteilt werden. In einer zunehmend globalen und digitalen Welt ist es entscheidend, andere Kulturen besser zu verstehen. Nicole Brandes gab während ihres Auftrittes wertvolle Impulse, wie Menschen in einer multikulturellen Welt erfolgreich zusammenarbeiten können. Die Keynote hat das Publikum begeistert – und wurde den Abend über intensiv weiterdiskutiert. Anschliessend wurden die Nominierten der Golden Headset Awards

2016 vorgestellt und die Gewinner bekannt gegeben. Die Preisträger stellen wir Ihnen in diesem Beitrag vor:



Inspirierte die Gäste der awards night: Keynote-Referentin Nicole Brandes

**Gewinner der Kategorie Customer Focus.**

**Vom Callcenter zum Service-Genuss**

Nespresso

Projekt: 360° Customer Experience

Projektleitung: Maurizio Bardella

Nespresso lässt Kundenherzen nicht nur mittels Koffein höher schlagen: Maurizio Bardella und sein Team wurden für ihr vorbildliches Engagement, das nahtlose Nespresso-Kundenerlebnis und die hohe Kundenzufriedenheit für den Golden Headset Award 2016 in der Kategorie Customer Focus ausgezeichnet. Dafür hat das Team rund um Maurizio Bardella hart gearbeitet. Schliesslich steht bei Nespresso nicht nur höchster Kaffeegenuss, sondern auch höchster Service-Genuss im Fokus. Zahlreiche Initiativen führten zu herausragenden Ergebnissen, welche Strahlkraft über Branchen- und Landesgrenzen hinaus besitzen: Die IVR wurde neu designt, Anrufgründe wurden dramatisch reduziert, Marketing-Messages eliminiert, sodass die Kunden nun 43 Sekunden schneller zu einem Mitarbeiter gelangen



Freute sich über den Golden Headset Award in der Kategorie Customer Focus: Maurizio Bardella, Nespresso

können. Die Mitarbeitenden sind keine einfachen Agenten, sondern Kaffee-Spezialisten, Generalisten mit hoher Entscheidungsbefugnis und Handlungsspielraum. Verkaufsziele und Scripts wurden aus den Schulungen verbannt; Was zählt, ist dem Kunden im Erstkontakt personalisiert und individuell weiterzuhelfen. Diese Initiative zeigte unmittelbar positive Wirkung auf die Erstlösungsrate. Nespresso ging sogar noch einen Schritt weiter und etablierte eine Quick Order, bei der eilige Kunden einfach und schnell ihre Bestellung aufgeben können. Interessanter Effekt: Die Kundenzufriedenheit stieg ebenso wie die Verkaufsquote an der Serviceline, da die Mitarbeiter dort Kunden antreffen, die für eine Beratung offen sind. Mit einem Überblick aller Abteilungen über die Kundenreklamationen stieg die Reaktionsgeschwindigkeit. Die Beschwerdequote sank um 20 Prozent. Gleichzeitig stieg die Kundenzufriedenheit um 2 und die Kunden-

treue um 12 Punkte, dank des orchestrierten Service-Erlebnisses. «Überzeugt hat uns die Tatsache, dass bei Nespresso die Menschen – Kunden sowie Mitarbeitende – in den Mittelpunkt gestellt werden. Und so sind nicht etwa Kennzahlen wie durchschnittliche Gesprächszeit im Fokus. Was zählt, ist die exzellente Beratung sowie der Austausch mit Kunden, um auch unausgesprochene Kundenbedürfnisse frühzeitig zu identifizieren. Und genau das lebt Nespresso», lobte Jury-Mitglied Johann-Josef Jossen von der SBB den Gewinner in seiner Laudatio.

**Gewinnerin der Kategorie Employee Focus.**

**Unentdeckte Talente gewinnen.**

Swisscom

Projekt: Talent Pitch

Projektleitung: Sabrina Beuchel

Für ihr innovatives und mutiges Recruiting, welches dabei hilft, unentdeckte Talente zu erkennen und ihnen eine Chance zu geben, was wiederum zu einer nachweislich hohen Mitarbeitermotivation und -zufriedenheit führt und zudem dem Engpass an qualifizierten Contactcenter-Mitarbeitenden entgegenwirkt, wurden Sabrina Beuchel und das Swisscom Team ausgezeichnet. Der «Talent Pitch» ist ein Online Assessment, anhand dessen Swisscom die Verkaufsaффinität eines Bewerbers testen kann. Um eine Benchmark zu generieren, wurde der Test zuerst mit allen bestehenden Mitarbeitern durchgeführt. Die Bewerber konnten im Anschluss mit den High- und Low-Performern im Team verglichen werden. So kann Swisscom schon anhand der Resultate feststellen, ob ein Kandidat für den Job geeignet ist oder nicht. Eine Vorselektion anhand eines Bewerbungsdossiers gibt es nicht mehr und somit auch keine Vorurteile oder Interpretationen beispielsweise von Lücken im Lebenslauf. Jeder hat die gleiche Chance sich bei Swisscom zu bewerben. Die Jury würdigte den Mut von Swisscom, auf die übliche Vorselektion aufgrund von Lebensläufen und CVs zu verzichten.



Wurde für ihren Mut, neue Wege im Recruiting einzuschlagen, ausgezeichnet: Sabrina Beuchel, Swisscom, mit Moderatoren-Duo Dieter Fischer und Claudia Gabler

Stattdessen vertrauen Sabrina Beuchel und ihr Team auf das Ergebnis des ausgefeilten Tests. «Toll finden wir auch, dass Bewerber selbst bei einer Absage ein strukturiertes Feedback zu ihrem Test erhalten. Dies ist wertvoll und sehr wertschätzend», lobte Jury-Mitglied Gert Guhl von der ZKB das mitarbeiterfokussierte Engagement der Swisscom in seiner Laudatio. Tatsächlich konnte Swisscom auf diesem Weg Verkaufstalente gewinnen, die nach «altem» Rekrutierungsverfahren glatt durchgerasselt wären. Denn gewinnende Persönlichkeit und kommunikative Fähigkeiten sind aus einem traditionellen Dossier nicht herauszulesen. Dank Talent Pitch kann Swisscom loyale, kommunikativ starke und ambitionierte Mitarbeiter gewinnen, die konstant gute Leistungen erbringen. Das zeigen einige Beispiele, aber auch harte Fakten: Der Umsatz konnte dank der verkaufsstarken Neuzugänge gesteigert und die Fluktuation deutlich gesenkt werden, was wiederum tiefere Ausbildungskosten zur Folge hat. Zudem konnte Swisscom die Hiring Time um 20 Prozent verkürzen und den knappen Markt an überdurchschnittlichen Talenten mit einer neuen Sichtweise effizient für sich nutzen.

### **Gewinner in der Kategorie Innovation.**

#### **Die Warteschlaufen-Disruption**

##### ServiceOcean

Projekt: Telefontermin statt Warteschlaufe

Projektleitung: Alexander Schagen und Thomas Addison  
Innovation made in Switzerland: Für eine einfache, aber bestechende Lösung, das Schreckgespenst Warteschlaufe im Contactcenter abzuschaffen und damit das Kundenerlebnis und die Effizienz in Unternehmen zu verbessern, wurden Alexander Schagen und Thomas Addison von ServiceOcean ausgezeichnet. «Das wirklich Spannende an der Lösung ist ihr disruptiver Gedanke: Wenn wir nicht an die Warte-



*Thomas Addison und Alexander Schagen, ServiceOcean*

schlange herankommen, dann soll sie doch einfach zu uns kommen!», so Jury-Mitglied Roger Meili von ProfileMedia. Und das geht so: Mit dem Ziel, die unbeliebte Warteschlaufe abzuschaffen, entwickelte das Start-up ServiceOcean eine einzigartige, cloudbasierte Software-Lösung für eine auslastungsbasierte Erreichbarkeit im Contactcenter. Vollständig automatisierte Terminbuchungen lösen das Warteschlaufen-Problem und heben ganze Kundenbeziehungen auf ein neues Niveau. Contactcenter können so besser ihre strategische Bedeutung entfalten. Kunden werden minutengenau von kompetenten Beratern kontaktiert. Anstatt passiv auf Kundenanliegen zu reagieren und vom Wartefeld genervte Kunden abzuholen, um sie dann auch noch zu identifizieren, wissen die Mitarbeitenden mit Hilfe der intelligenten Terminvereinbarung, mit wem sie worüber sprechen und können sich entsprechend vorbereiten. Der Service kommt gut an: Der minutengenaue Rückruf vorbereiteter Berater wird von realen Endkunden mit einer Schulnote von



*200 Gäste feierten an der awards night am 3. November im Lake Side am Zürichsee die besten Contactcenter der Schweiz.*



5,75 (6 = Sehr gut) bewertet. Termine präzise von Spitzen- zu Leerzeiten zu verschieben, um die Auslastung und die Kundenzufriedenheit zu steigern, und das ganz ohne Schnittstellen und komplexer IT Projekte – das bringt cleveren Mehrwert für Kunden, Mitarbeitende und die Unternehmen selbst.

**Gewinner in der Kategorie Small & Beautiful.**

**Newcomer des Jahres oder: Eine Wohnsinns-App**

Allthings

Projekt: Allthings – Die Immobilien-App

Projektleitung: Gregor Kälin

Eine App, die Mieter, Vermieter und Verwalter zusammenführt und Mehrwert schafft, indem sie einfachen Austausch und Transparenz ermöglicht und gleichzeitig alle Infos zur Immobilie vereint – Marc Beermann und Gregor Kälin haben



*Schaffen Transparenz, die Spass macht: Der Newcomer Gregor Kälin (im Bild mit Jurorin Angelica Peterlechner, customer connection) wurde für die Allthings-Immobilien-App mit dem Small & Beautiful Award gewürdigt.*

sie mitentwickelt und damit schon sehr viele Menschen begeistern können – so auch die Golden-Headset-Award-Jury: «Allthings setzt da an, wo wir heute mit unseren Bedürfnissen und den technologischen Möglichkeiten stehen», so Jury-Mitglied Angelica Peterlechner von customer connection. Stichwort Digitalisierung: Die App bündelt alle Dienste rund um das Zuhause oder das Bürogebäude. Damit wird Transparenz geschaffen, weil alle relevanten Dokumente und Informationen zur Immobilie in einer App gebündelt werden. Auch die Interaktion zwischen Eigentümern, Verwaltern und Bewohnern miteinander und untereinander wird durch die Interaktionsmöglichkeiten in der App ermöglicht. Zudem sind dutzende Dienste wie Umzugsservices oder intelligente Haustechnik in die App integriert. Das macht sie so attraktiv: Die Allthings App wird bis zu hundert Mal häufiger genutzt als typische Mieterportale. Auch Immobilienei-

gentümer und –entwickler schätzen die hohe Transparenz über alle Geschehnisse in den Gebäuden und nutzen diese Informationen für Optimierungen und renditesteigernde Massnahmen, wie zum Beispiel zur Identifikation von Leerstandsgründen. Zudem können Verwalter ihre Kosten durch das integrierte Servicecenter substantiell senken: Über 90% der Reparatur-Anfragen gehen auf digitalem Wege über die App ein und werden auch dort verarbeitet. «Der Award ist für uns eine Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg sind, die Kundeninteraktion und -beziehung der Zukunft innerhalb von Immobilien einfacher, friktionsloser und effizienter zu gestalten. Er ermutigt uns, weiterhin die beste Kommunikation in Immobilien zu ermöglichen und diese auch mit unseren eigenen Kunden zu pflegen », so der Newcomer des Jahres Gregor Kälin von Allthings.

**Die Gewinner in der Kategorie Best Partnership.**

**Partner fürs Leben**

TELAG & Migros

Projekt: 20 Jahre Cumulus

Projektleitung: Rose-Madeleine Harringer (TELAG) & Benedikt Zumsteg (Migros)

20 Jahre sind eine lange Zeit – das gilt für Ehen ebenso wie für Contactcenter-Partnerschaften. Migros und TELAG haben es geschafft – und wollen auch die nächsten 20 Jahre gemeinsam bestreiten. Seit der ersten Stunde der Lancierung der Cumulus-Karte ist die TELAG Dienstleistungs-Partner der Migros und beantwortet alle Kundenanfragen rund um das Treue-Programm. Was diese Partnerschaft nebst zwei Jahrzehnten der Zusammenarbeit auszeichnet, beschreibt Benedikt Zumsteg, Leiter Kundenmarketing bei Migros, so: «Es ist eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe.» Jury-Mitglied Nicole Strausak von PIDAS ergänzt dieses Statement um drei Erfolgsfaktoren: Da ist einerseits der Wille von beiden, die Partnerschaft zu einer Erfolgs-Story zu machen: «Bereits in den ersten Wochen der Lancierung des Cumulus-Programms ha-



*Einzigartige Partnerschaft auf Augenhöhe – und das schon seit 20 Jahren: Rose-Madeleine Harringer, Telag, und Benedikt Zumsteg (links), Migros, nahmen freudestrahlend den Best Partnership Award entgegen.*

ben sich innerhalb von 14 Tagen über eine Million Kunden angemeldet. Es hat einen riesigen Kraftakt und grosse Flexibilität gefordert um die Anmeldetalons – ohne Internet – abzuarbeiten.» Als zweiten Erfolgsfaktor nennt die Jurorin die Bereitschaft, sich gemeinsam weiterzuentwickeln. Dazu zählt beispielsweise die Einführung der Cumulus-Kreditkarte, des Ticketshops oder der Cumulus App. «All diese haben ein kontinuierliches Neudesign der Kundensupport-Prozesse erfordert und auch immer wieder ein Redesign der Partnerschaft.» Und zu guter Letzt trägt auch der Spass und die Freude am Miteinander zum gemeinsamen Erfolg bei: «Es ist eine sehr enge Zusammenarbeit auf verschiedensten Stufen bei Migros und TELAG. Und in der Person von Rose-Madeleine Harringer, welche seit der ersten Stunde das Projekt leitet, gibt es jemanden, der die Kontinuität mit viel Herzblut sicherstellt.» Diese herausragende Partnerschaft und Treue wurde ausnahmsweise nicht mit Cumulus-Punkten, sondern mit dem Golden Headset Award in der Kategorie Best Partnership belohnt.

**Der Gewinner in der Kategorie Hall of Fame.**

**Der Ambassador für Nachwuchstalente**

Sunrise

Projekt: Berufslehre Fachleute Kundendialog  
 Projektleitung: Felix Häberli

Felix Häberli engagiert sich seit dem Jahr 2000 in der Berufsbildung bei Sunrise und war von Beginn an Ambassador nach innen und aussen für die Berufslehre Fachleute Kundendialog. Das Lehrlingswesen hat er in dieser Zeit revolutioniert und zu dem gemacht, was es heute ist. Mit grosser Leidenschaft setzt er sich für die Lernenden und ihre Zukunft ein. Berufsbildung ist für ihn nicht einfach



Engagiert sich für die Zukunft: Der Ambassador der Grundbildung Fachleute Kundendialog Felix Häberli, Sunrise

ein Job, sondern Ehrensache. Für sein leidenschaftliches Engagement und seinen massgeblichen Beitrag zur Imagearbeit und Entwicklung des Berufsbildes durch die Lehre Fachleute Kundendialog wurde Felix Häberli mit dem Hall of Fame Award 2016 gewürdigt. Lesen Sie das Porträt zum diesjährigen Preisträger in der Titelstory ab Seite 8. ■

Haben Sie auch Lust auf einen Award bekommen?  
 Bewerben Sie sich ab sofort unter [www.cmm-magazine.ch](http://www.cmm-magazine.ch) (Awards) und reichen Sie Ihr Projekt bis 30. April 2017 ein. Es lohnt sich – für Sie und Ihr Team!

**Fotos und Film der awards night 2016**

Fotos: [awardsnight.mycloud.ch](http://awardsnight.mycloud.ch)

Film: <https://youtu.be/moCNJfcDsjs>

Instagram: [instagram.com/callnetawardsnight](https://www.instagram.com/callnetawardsnight)

**Die awards night 2016 wurde präsentiert von**

