

GO FOR CUSTOMER EXPERIENCE

Einblicke von prämierten Unternehmen
auf ihren Wegen zum CX Gipfel

FUTURE OF MARKETING, 23.5.2022

KUNDE 

KUNDEN WOLLEN ETWAS ERLEBEN



KUNDEN WOLLEN ETWAS ERLEBEN



MACH'S MIR
EINFACH!

INSPIRIERE
MICH!

LASS' MICH
TEILHABEN!

ÜBERRASCHE
MICH!

EXPERIENCE UND GUIDANCE SIND DIE GRÖSSTEN HANDLUNGSFELDER

Management



CONVENIENCE
84



EXPERIENCE
68



COMMUNITY
66



GUIDANCE
75

Kund:innen

CONVENIENCE
78



EXPERIENCE
69



COMMUNITY
73



GUIDANCE
69



Wie CX eine
Organisation
verändert.
Von der Produkt- zur
Kundenorientierung.



CX in DNA entdeckt.
Wie CX eine
Organisation
durchdringt.



Kontaktpunkte mit CX
zu einem WOW
Erlebnis machen.



Unser
CX-Mindset im
Team verankern.



Gamification in der
Mitarbeiter-
weiterentwicklung.



Wie CX eine
Organisation
verändert.
Von der Produkt- zur
Kundenorientierung.





Customer Experience

Erste strategische Schritte am Beispiel **kulinario**®

Stefanie Bogensperger



Wer ist kulinario®

kulinario® ist ein Unternehmen für
Gemeinschaftsverpflegung.

Zu unseren Kund*innengruppen zählen
Unternehmen, Kindergärten, Schulen
und Gesundheitseinrichtungen.



7.500 Menüs täglich



Ca. 300 MA*



Linz



Ried



Wien



Status Quo – Ausgangsfragen

Wie können wir **Customer Experience** ins unser Unternehmen integrieren?

Wie schaffen wir es, als **Produktionsunternehmen** mehr **Dienstleistungs- und Servicecharakter** anzunehmen?



Learnings



Veränderung vom Kund*innenerlebnis bedeutet...

- Veränderung in der Organisationsstruktur und Aufbauorganisation.
- Prozesse entwirren und neu denken.
- Zwischenprojekte „einschieben“ um die Grundmauern für das Gesamtprojekt zu legen.



Ziel

Es ist unser Ziel, eine nachhaltige Organisationsstruktur zu schaffen, die zum einen **die Kund*innenorientierung fokussiert** und zum anderen, unsere **Treiber der Zukunft** in den einzelnen Prozessen mitdenkt.

Ziel



Weg

Aufbaustruktur – wie schaut die neue Organisationsstruktur aus?

Leadership – welche Führungskräfte brauchen wir in Zukunft?

Nachhaltigkeit – welche Nachhaltigkeits-Schwerpunkte brauchen die einzelnen Kund*innengruppen?

Weg – Die Aufbaustruktur

In dieser Phase haben wir **7 Arbeitspakete** geschnürt. Für jedes Arbeitspaket leiten wir Maßnahmen ab.

1. Aufbauorganisation → 2. Ablauforganisation → 3. Zuständigkeiten und Führungsverständnis → 4. Regelkommunikation → 5. Mitarbeiter*innen-Befähigung → 6. Stabstellen und Innovation → 7. Change Kommunikation



Learnings



Welche Herausforderungen haben wir derzeit im Projekt?

- Unsicherheit durch Veränderung.
- Neben dem „Alltagsgeschäft“ Vordenken | auf die grüne Wiese planen.

Lösungen: Offene Kommunikation im Projektteam, anonyme Interviews mit Kunde 21, Locationwechsel,...



Learnings



Welche Herausforderungen werden in Zukunft auf uns zukommen?

- Gute interne Kommunikation.
- Zugehörigkeitsfragen und Personalmatrix.
- Personalsuche für neue Aufgabenfelder.



Nutzen

- Wachstum generieren durch die Fokussierung von einzelner Kund*innengruppen
- CX & zielgruppengerechte Kommunikation ausbauen
- Vermeidung von Silo-Denken
- Ein klares Bild von kulinarior[®] | Leistungsangebot vermitteln



Fragen und Austausch?

Gerne in der Pause, über LinkedIn, per E-Mail oder Telefon.

Stefanie Bogensperger

Marketing und Kommunikation

E-Mail: Stefanie.Bogensperger@kulinario.at

Tel.: +43 (0) 664 62 18 642

Wie CX eine
Organisation
verändert.
Von der Produkt- zur
Kundenorientierung.

CX in DNA entdeckt.
Wie CX eine
Organisation
durchdringt.





**RELAX,
WE CARE**

CX IN DNA ENTDECKT

23.05.2022 | “Future of Marketing“



1000

Kunden



500

MitarbeiterInnen



17

Standorte



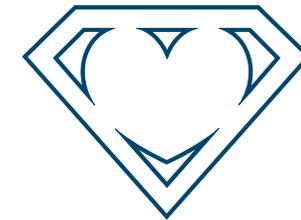
100%

Eigentümer geführt



174 Mio €

Umsatz 2021



100%

Menschlichkeit

RELAX, WE CARE

... mit dieser Motivation übernehmen wir Verantwortung,
gestalten und betreuen IT-Lösungen
mit Sorgfalt, Qualität und zertifizierter Erfahrung.

Unsere technische Leidenschaft, gepaart mit Super Services, sorgt
für begeisterte Kund*innen und langjährige Partnerschaften.

DER WEG ZUR CUSTOMER EXPERIENCE

Alleine schafft man das nicht!

„CX11“

Workshops, Workshops, Workshops

Das gemeinsame CX-Verständnis

CX-Ziele und -Rollen

Personas und Customer Journeys

CX-Produkte und die Sprints

Vom Manifest zur Experience



UNSERE CUSTOMER EXPERIENCE VISION: WIR SIND **AM PULS** UNSERER KUNDEN.

Wir machen Produkte und Leistungen für unsere Kunden erlebbar.
Die partnerschaftliche Zusammenarbeit fördert die Kundentreue.
Diese Vision verwirklichen wir mit motivierten und freundlichen Mitarbeiter*Innen
- unterstützt durch ausgewählte Partner.

RELAX, WE CARE

CX in unserer DNA entdeckt!



**RELAX,
WE CARE**

Wie CX eine
Organisation
verändert.
Von der Produkt- zur
Kundenorientierung.



CX in DNA entdeckt.
Wie CX eine
Organisation
durchdringt.



Kontaktpunkte mit CX
zu einem WOW
Erlebnis machen.





Applaus, Applaus – ein HARTL HAUS

Wie CX eine
Organisation
verändert.
Von der Produkt- zur
Kundenorientierung.



CX in DNA entdeckt.
Wie CX eine
Organisation
durchdringt.



Kontaktpunkte mit CX
zu einem WOW
Erlebnis machen.



Unser
CX-Mindset im
Team verankern.



Unser CX-Mindset gemeinsam im Team verankern

Wer, wenn nicht wir.



WIEN ENERGIE

Unser Leitbild in der Wien Energie

Vorstellung

- Vision – das wollen wir erreichen
 - Wir sichern Wiens klimaneutrale Energieversorgung.
- Mission – wofür sind wir da
 - Wir begeistern und vernetzen Menschen mit klimafreundlichen, innovativen Energielösungen.
- **Ein Teil davon sind wir!**
*Qualität und Kund*innen Erfahrungen im Kundenservicebereich der Wien Energie GmbH*
 - Team Beschwerde
 - Team Information/Wissensmanagement
 - Team Qualität
- Auszug aus unseren Treibern und Werte im Team:
 - ... unsere Kund*innen und Stakeholder*innen verstehen und wissen was sie brauchen
 - ... helfen und lösungsorientiert Handeln
 - ... erste Ansprechpartner*innen für Optimierungen sein

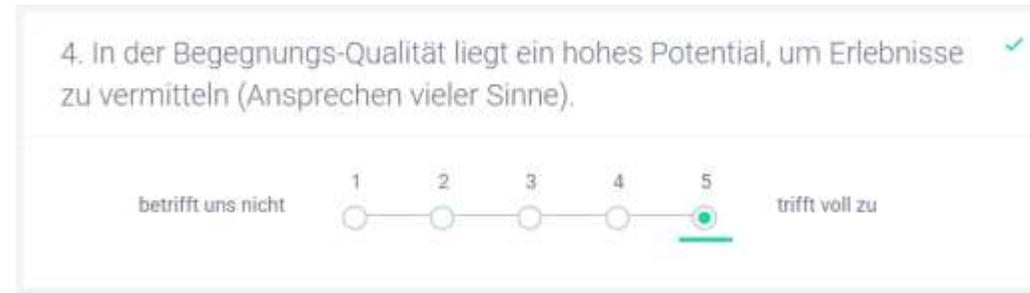
CX Mindset verankern

Die logische Folge.....

Ausbildung und Vertiefung des CX Mindsets

1st Step

Einschätzung meines Teams:



2nd Step

Online Ausbildung durch Kunde21 - neue Basis schaffen und das nebenbei ;)

CX Mindset verankern

Gemeinsam lernen: 8 Module & viele Umfragen und Reflexionsmöglichkeiten

Steuern Sie Ihre Kundenprozesse agil!

Wie wissen Sie, ob Sie bei Ihren Kunden gut ankommen?



Neue Möglichkeiten im 21. Kunden-Jahrhundert!

Wie können Sie Ideen ermöglichen & umsetzen?



Werden Sie Weltmeister/in in der digitalen Rallye!

Wie werden Sie die digitalen Möglichkeiten für Ihre Kunden nutzen?



WOW! Produkte und Services für CX entwickeln!

Wie können Sie erlebnisorientierte Angebote entwickeln?



Beispiele der Lerninhalte:

- Agile Prozesse
- Design Thinking
- Digitalisierung
- Services entwickeln

Hätten Sie es gewusst ...?

- Wofür steht die Abkürzung CES und was ist die zentrale Fragestellung in diesem Zusammenhang?
- Worin liegt der größte Unterschied zwischen NPS und CES?
- Was bedeutet OKR?

... fragen Sie gerne mein Team! 😊



Wir haben sehr gut unsere Tops und Flops erkennen können: auf dem Weg zum CX Gipfel



Darauf sind wir als Team stolz – da sind wir gut unterwegs:

1. Kundenorientierte Zusatzangebote
2. Messen bereits Kundenerfolg gut und umfassend
3. Haben herausragende, einzigartige Kontaktpunkte (zB Ombudsmann)
4. Gute Ausbildung – gemeinsame Basis: wir sprechen eine gemeinsame CX-Sprache

Wir haben sehr gut unsere Tops und Flops erkennen können: auf dem Weg zum CX Gipfel



Darauf sind wir als Team stolz – da sind wir gut unterwegs:

1. Kundenorientierte Zusatzangebote
2. Messen bereits Kundenerfolg gut und umfassend
3. Haben herausragende, einzigartige Kontaktpunkte (zB Ombudsstelle)
4. Gute Ausbildung – gemeinsame Basis: wir sprechen eine gemeinsame CX-Sprache

Da sehen wir als Team noch Handlungsbedarf auf unserer Reise zum CX-Gipfel:

1. Verbindung von Customer – und Employee-Experience
2. Klare CX-Vision und gemessene Ziele
3. Kontaktpunkt-Management einzeln gut – aber Verzahnung könnte besser sein
4. Personas vorhanden –Customer Journey Mapping fehlt dzt. noch



**Wir haben erst
begonnen mit
unserer Reise ...**

Wie CX eine Organisation verändert.
Von der Produkt- zur Kundenorientierung.



CX in DNA entdeckt.
Wie CX eine Organisation durchdringt.



Kontaktpunkte mit CX
zu einem WOW Erlebnis machen.



Unser
CX-Mindset im
Team verankern.



Gamification in der
Mitarbeiter-
weiterentwicklung.





Qualitätsindex

Gamification in der Mitarbeiterentwicklung

23.06.2022

Qualitätsindex

Einflusskriterien & Messung

14 Kriterien:

- Performance
- Prozesseinhaltung
- Kundenzufriedenheit
- Audits
- ...

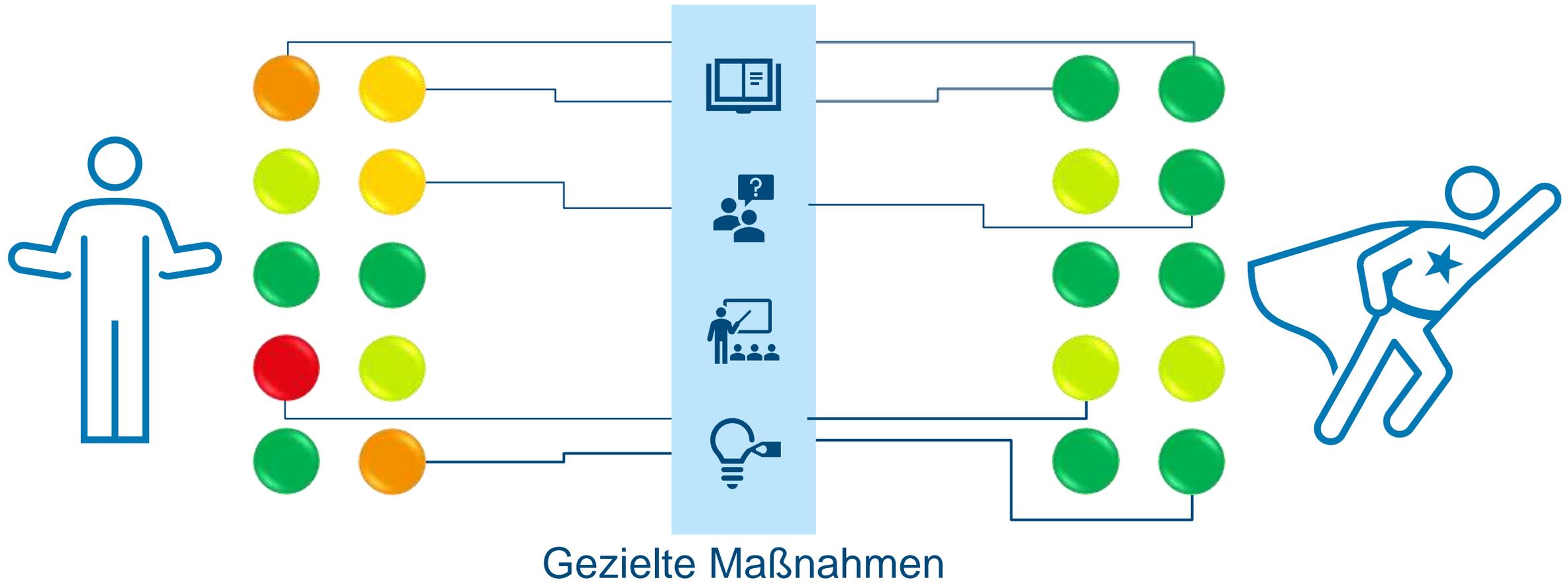


5 Stufen:



Qualitätsindex

Verbesserungsprozess





Michael Havas

Geschäftsführer s Servicecenter

E-Mail: michael.havas@s-servicecenter.at

Twitter: [@michaelhavas](https://twitter.com/michaelhavas)

LinkedIn: [@Michael Havas](https://www.linkedin.com/in/MichaelHavas)

NEUGIERIG GEWORDEN? LUST AUF MEHR?

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen

FÊTE D'EXCELLENCE 2022

9. Juni Prämierungsfeier der kundenorientiertesten Unternehmen Österreichs

DIGI LAB KUNDE 21

14. Juni Generation Zukunft:
Wie Employer- und Customer-Experience für die Generation Z gelingt

A1 DIGITAL SERVICE TABLE

15. Juni

DHL EXPRESS WEBINAR

30. Juni Die neue Art des Kundenservice

KUNDE 21 ONLINE ACADEMY CX21

Einstieg jederzeit möglich!
Mit Zertifizierung zum/r CX-Manager/in

www.tsoe.at/newsletter