

Sehr geehrte Kunden und Interessenten!

Es ist mir eine Freude, Ihnen den ersten CRMCoach Newsletter im Jahr 2008 ankündigen zu können, diesmal mit dem Thema **Service** im Fokus!

Kundenzufriedenheit braucht neue Wege. Ein Weg, die Kunden mit Zusatzleistungen zu beeindrucken, führt über das **Beschwerdemanagement**. Es ist Bestandteil des CRM-Konzeptes eines Unternehmens und nimmt eine wichtige Rolle im Kundenservice ein. Lesen Sie in diesem Beitrag Wissenswertes über Stellenwert, Ziele und Funktionen des Beschwerdemanagements sowie die **5 wichtigsten Tipps im Umgang mit Kundenbeschwerden**.

Passend zum Thema Service, möchte ich Ihnen den **CRMCoach Workshop Servicemanagement** vorstellen. Ziel dieses Workshops ist es, einen fundierten Einblick in das Servicemanagement zu gewinnen und eine Basis für eine erfolgreiche Servicestrategie in Ihrem Unternehmen zu schaffen.



In der Rubrik Tipps & Tricks erfahren Sie, wie Sie durch den Einsatz einer **Wissensdatenbank** das Mitarbeiterwissen steigern und zugleich **Qualität und Kontinuität im gesamten Kundenservicebereich sichern**. Folgen Sie den gewohnten Schritt-für-Schritt Anweisungen, um Artikel aus der Wissensdatenbank via E-Mail zu versenden, nach Artikeln zu suchen oder neue Artikel zu generieren.

Abschließend der gewohnte Hinweis auf zwei Module aus dem CRMCoach Schulungsangebot für Microsoft CRM - das Modul **"Einstellungen in der Serviceverwaltung"** für CRM-Administratoren und **"Serviceplanung"** für Anwender im Servicebereich.

Viel Spaß beim Lesen!
Ihr CRMCoach Christian Pusch

INHALT

Im Fokus	B wie Beschwerdemanagement - lästiges Übel oder zweite Chance?
Workshops	MUSS-KANN-SOLL : Servicemanagement als strategische Erfolgsposition
Tipps und Tricks	Wissensdatenbank - Garant für schnelle Antworten
Schulungen	Microsoft CRM: Einstellungen in der Serviceverwaltung und Serviceplanung



Im Fokus

B wie Beschwerdemanagement—lästiges Übel oder zweite Chance?

Wer sich beschwert, will bleiben! Wer seine Kunden allerdings vergraulen will, kann dies auf verschiedene Arten tun. Beschwerden nicht ernst zu nehmen, ist eine davon. Studien zeigen immer wieder auf, dass zwischen der Beschwerdezufriedenheit und der Abwanderung ein direkter Zusammenhang besteht: Je unzufriedener der Kunde mit der Bearbeitung seiner Beschwerde ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass er zum Mitbewerber abwandert.

Viele Unternehmen sehen Beschwerden jedoch lediglich als lästige Störung ihres Betriebsalltages. Kundenbeschwerden werden entweder abgewimmelt oder nur widerwillig bearbeitet. Oft verstehen Mitarbeiter Beschwerden als persönlichen Angriff und bauen entsprechende Verteidigungspositionen auf. Die Folge ist die Abwanderung des Kunden.

Ein umfassendes und leistungsfähiges Beschwerdemanagement ist deshalb als wichtiges Instrument im Rahmen der Kundenbindung zu sehen. Lesen Sie den vollen Beitrag, um mehr über Stellenwert, Ziele sowie wichtige Tipps zu erfahren.

[Lesen Sie den gesamten Beitrag auf Seite 3](#)



Workshop

MUSS-KANN-SOLL: Servicemanagement - als strategische Erfolgsposition

Ausgezeichnete Serviceleistungen bzw. die Realisierung einer hohen Servicequalität können neben hoher Produktqualität einen bedeutsamen Beitrag zur Kundenorientierung leisten. Lange Zeit wurde das Servicemanagement mit dem Angebot technischer Kundendienstleistungen gleichgesetzt. Heute sind die Begriffe Servicequalität oder Value Added Services weitgehend allen Unternehmen bekannt, und es wird versucht, durch innovative Serviceleistungen die Kundenorientierung zu steigern und die aktuellen Kunden nachhaltig an das Unternehmen zu binden.



Service bietet Unternehmen eine hervorragende Möglichkeit, sich im Wettbewerb zu profilieren. In Zukunft werden auch Anbieter, die bislang nur in geringem Ausmaß Serviceangebote offeriert haben, dazu übergehen müssen, ihre Serviceleistungen zu verstärken. Dies sollte im Rahmen eines systematischen Servicemanagements realisiert werden, um das Ziel der Kundenorientierung optimal erreichen zu können.

Nach einem bewährten Modell zeichnen wir in diesem CRMCoach Workshop gemeinsam das "Big Picture" ihres aktuellen Servicemanagements, analysieren Stärken und identifizieren mögliche Schwachstellen. Danach erarbeiten wir Möglichkeiten, wie sich Ihr Unternehmen über Service differenzieren und ihn als strategische Erfolgsposition aufbauen kann.

Nutzen Sie diesen Workshop, die Profilierungsfelder im eigenen Servicemanagement zu aktualisieren!

» [Details zu diesem Workshop finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)
» [Das gesamte Workshop Angebot finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)



Wissensdatenbank - Garant für schnelle Antworten

Im Kundensupport erwartet sich der Kunde nicht nur einen kompetenten Ansprechpartner, sondern vor allem eine schnelle Lösung seiner Anfrage oder seines Problems. Für den Supportgeber bedeutet dies eine große Herausforderung - sehr oft kommt der Reaktionsgeschwindigkeit größte Bedeutung zu. Eine schnelle Antwort (natürlich auch mit Qualität) lässt keine Emotionen aufkommen. Daher versuchen Unternehmen bereits im Vorfeld, mögliche Kundenanfragen und deren Lösungen zu antizipieren, um im Fall des Falles schnell reagieren zu können. Erfolgreiche Unternehmen nutzen dazu das Potenzial einer integrierten Wissensdatenbank.

Gängige Supportthemen können unmittelbar mit einer recherchefähigen Wissensdatenbank, in der relevante Artikel und Informationen abgelegt sind, gelöst werden. Die Datenbank kann viele verschiedene Arten von Artikel enthalten:

- Häufig gestellte Fragen (Frequently Asked Questions, FAQs)
- Häufige Probleme und deren Lösung
- Grafiken und Diagramme
- Produkthandbücher, Datenblätter, etc.

Integrierte Prüfprozesse müssen sicherstellen, dass veröffentlichte Informationen vollständig, korrekt und für die Suche optimal aufbereitet sind, damit sie auch schnell an den Kunden weitergeleitet werden können. Folgen Sie den gewohnten Schritt-für-Schritt Anweisungen, um Artikel aus der Wissensdatenbank via E-Mail zu versenden, nach Artikeln zu suchen oder neue Artikel zu generieren.

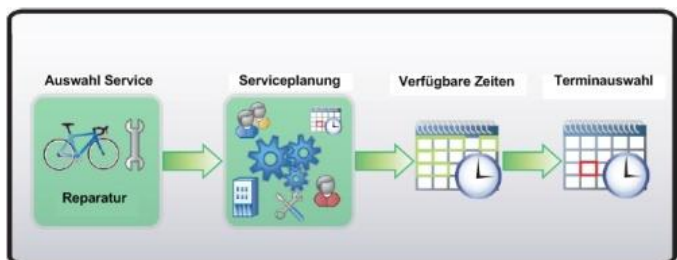
» [Wie es genau funktioniert, finden Sie auf Seite 5](#)



Microsoft CRM: Einstellungen in der Serviceverwaltung und Serviceplanung

Wenn ein Kunde ein Problem mit einem Produkt hat, möchte er dieses schnell gelöst haben und wendet sich hoffnungsvoll an den Kundenservice. Damit die Mitarbeiter des Kundenservices kompetent und schnell reagieren können, bedarf es in der Regel einiger Vorarbeiten des CRM-Administrators. So müssen unter anderem E-Mail- und Vertragsvorlagen erstellt werden. Auch eine gut strukturierte Wissensdatenbank und die effiziente Abhandlung in Warteschlangen können wahre Wunder wirken. Mit dem CRMCoach Schulungsmodul "**Microsoft CRM Einstellungen in der Serviceverwaltung**" erlernen CRM-Administratoren, wie all diese Vorarbeiten und Anpassungen einfach und schnell zu erledigen sind.

Während die oben genannte Schulung für den CRM-Koordinator konzipiert ist, ist das CRMCoach Schulungsmodul "**Microsoft CRM Serviceplanung**" für Anwender aus dem Servicebereich maßgeschneidert. Im Rahmen dieser Schulung erhalten die Anwender eine kompakte Einführung in die Einsatzmöglichkeiten des Microsoft CRM Moduls "Service". Anhand von praxisorientierten Übungen oder kundenspezifischen Aufgabenstellungen wird den Anwendern detailliertes Wissen zur Handhabung der CRM-Lösung im Bereich Service vermittelt. Dazu gehören das Erstellen und Bearbeiten von Serviceaktivitäten und Terminen, die Handhabung des Servicekalenders, das Bearbeiten von Anfragen und Verträgen sowie die effiziente Nutzung einer Wissensdatenbank.



» [Das aktuelle Schulungsangebot finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)

Im Fokus: B wie Beschwerdemanagement - lästiges Übel oder zweite Chance ?

In hart umkämpften und gesättigten Märkten können erfolgreiche Unternehmen meistens nur durch mehr Serviceleistung bei ihren Kunden punkten. Ein Weg, die Kunden mit Zusatzleistungen zu beeindrucken, führt über das Beschwerdemanagement. Sehr oft wird das Beschwerdemanagement als zeitintensives und lästiges Übel hingestellt, ja sogar vernachlässigt. Das darf aber nicht so gesehen werden, denn ein weiser Spruch lautet: "Wer sich beschwert, will bleiben".

Eine Beschwerde könnte man auch als Versuch verstehen, die Kundenbeziehung wieder ins rechte Lot zu bringen. Wenn Unternehmen darauf nicht eingehen, vergeben sie eine zweite Chance - nämlich durch eine kundengerechte Abwicklung der Beschwerde den Kunden von der eigenen Leistungsfähigkeit und -bereitschaft zu überzeugen und ihn wieder zurückzugewinnen.

Kunden beschweren sich in der Regel immer dann, wenn sie mit der erhaltenen Leistung oder einzelnen Leistungsmerkmalen nicht zufrieden waren. Die Ursachen für Beschwerden bzw. Reklamationen sind vor allem Waren- und Produktmängel (rund 60 %), gefolgt von ungenügendem Serviceverhalten der Mitarbeiter (rund 16%). Mängel bei der Lieferung und Montage nehmen rund 15% ein und Reklamationserlass sowie Preis bzw. Rechnung sind in nur 9% der Fälle die Gründe für eine Beschwerde.

Ein professionell betriebenes Beschwerdemanagement bietet Unternehmen die Möglichkeit, mit vergleichsweise einfachen Mitteln eine breite Außenwirkung zu erzielen.

Stellenwert und Ziele des Beschwerdemanagements

Der Kundenservice erfüllt in vielen Unternehmen eine Schlüsselrolle innerhalb des Kundenbeziehungsmanagements (Customer Relationship Management, CRM). Sehr oft ist der Kundenservice die erste Anlaufstelle in einem Beschwerdefall. Kundenservice darf keine Insellösung sein, sondern muss mit den übrigen kundennahen Unternehmenseinheiten, wie Marketing und Vertrieb sehr eng vernetzt sein. Beschwerdemanagement wiederum ist der wichtigste Baustein im Kundenservice innerhalb des CRM-Konzeptes eines Unternehmens. Es steht auf gleicher Stufe mit dem Lead- und Kundenbindungsmanagement sowie Kündiger- und Rückgewinnungsmanagement.

Mit Implementierung eines Beschwerdemanagements wird das Feedback der Kunden erfassbar und kann für den Lernprozess des Unternehmens nutzbar gemacht werden.

Die wichtigsten Ziele eines professionellen Beschwerdemanagements sind:

- die Steigerung der Servicequalität, indem Anliegen der Kunden zügig und schnell gelöst werden
- die Wiederherstellung der Kundenzufriedenheit
- die Minimierung der negativen Auswirkungen durch Unzufriedenheit der Kunden
- die Vermeidung und Reduzierung von Fehler-, Folge- und Beschwerdekosten
- die Nutzung der Beschwerdeinformationen in Hinblick auf Stärken und Schwächen im Markt



Wichtige Funktionen im Prozessablauf

Funktion	Aufgaben
Annahme	Um bereits beim Erstkontakt angemessen reagieren zu können, muss der Beschwerdeeingang effizient organisiert werden und klare Verantwortungen verankert werden. Durch Zuhören und Erfragen wird das Feedback des Kunden erfasst, dokumentiert und in die richtigen Kanäle weitergeleitet.
Bearbeitung	Im Mittelpunkt des Beschwerdebearbeitung steht die schnelle und unbürokratische Weiterverarbeitung der Beschwerden mit dem Ziel, das Anliegen des Kunden in einer für ihn überzeugenden Art und Weise zu prüfen und zu lösen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die soziale Kompetenz des Kundenkontaktpersonals, da es sich hier um hochemotionale Prozesse der Konfliktbewältigung handelt.
Feedback	Nach erfolgter Bearbeitung der Beschwerde wird dem Beschwerdeführer eine Lösung für sein Anliegen angeboten. Gleichzeitig wird der Beschwerdeführer zur Zufriedenheit mit dem Verlauf der Beschwerdebearbeitung sowie zum Ergebnis befragt.
Auswertung	Aus den Beschwerdeinformationen können nach eingehenden Analysen Maßnahmen zur zukünftigen Gestaltung bzw. Veränderung des Prozesses der Leistungserstellung und der relevanten Qualitätsmerkmale abgeleitet werden. Unternehmen können so Schwachpunkte und Problemstellen leicht erkennen.

5 wichtige Tipps im Umgang mit Kundenbeschwerden

1. Gehen Sie mit Reklamationen professionell um!

Schlecht oder gar nicht bearbeitete Kundenreklamationen sind ein Hauptgrund für Kundenfluktuation. Um so wichtiger ist es, mit Kundenreklamationen professionell umzugehen. Meist ist im Vorfeld etwas schief gelaufen - entweder das Produkt hat nicht gehalten, was sich der Kunde erwartet, das Produkt oder der Service weist Qualitätsmängel auf oder es wurde nicht zeitgerecht geliefert, um nur einige mögliche Gründe zu nennen. Nur durch gezielte und erfolgreiche Maßnahmen können Sie den Kunden wieder zufriedenstellen. Dies beginnt schon bei der Erstbehandlung und Rückmeldung an den Kunden. Der will wissen, dass seine Beschwerde ernst genommen wird und er bald mit einer Lösung rechnen kann.

2. Die ersten Transaktionen nach der Reklamation müssen perfekt laufen!

Reagieren Sie auf Reklamationen sofort. Kümmern Sie sich um jedes Detail, informieren Sie alle beteiligten Ansprechpartner und bleiben Sie in dieser Phase mit dem Kunden in engem Kontakt. Der Auswahl der Reaktion kommt dabei große Bedeutung zu - meist eröffnet ein persönliches Gespräch die größten Chancen.

3. Statten Sie Mitarbeiter mit richtiger Kompetenz aus!

Ein in der Praxis häufig praktizierter Ansatz ist, Mitarbeiter mit mehr Kompetenzen bei der direkten Beschwerdeannahme auszustatten. Dadurch sind sie in der Lage, die Zufriedenheit unmittelbar im Kundenkontakt wiederherzustellen und den Vorgang direkt abzuschließen. Für die Kunden sind eine kompetente Bearbeitung der Beschwerde und die angebotene Lösung das Wichtigste. Durch Einführung eines variablen Vergütungsanreizes für Mitarbeiter können Sie die Aufmerksamkeit für Anliegen, aber auch für Beschwerden des Konsumenten wirksam steigern.

4. Schadensbehebung alleine genügt nicht!

Denken Sie nicht nur an den Ausgleich des tatsächlichen Schadens, sondern sorgen Sie auch für eine emotionelle Wiedergutmachung. Jede Reklamation erzeugt beim Kunden Stress und Ärger, die auch wieder abgebaut werden müssen. In manchen Situationen kann eines kleines, überraschendes Versöhnungsgeschenk nach positiver Erledigung der Beschwerde wahre Wunder bewirken. Bedanken Sie sich auf jeden Fall persönlich für die aufgebrachte Geduld des Kunden während der Reklamationsphase. Nur ein zufriedener Kunde ist bekanntlich ein guter Kunde.

5. Lernen Sie aus Fehlern!

Ein ausgereiftes Beschwerdemanagement bietet auch Potenzial für die Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens. Durch eine zielgerechte Auswertung der eingegangenen Kundenbeschwerden und deren Bearbeitung können Unternehmen eigene Schwächen erkennen und beheben.

Der CRMCoach kann Ihnen behilflich sein!

Wenn auch Sie wissen möchten, wie Sie das Beschwerdemanagement in Ihrem eigenen Unternehmen professionell gestalten und verbessern können, dann kontaktieren Sie doch einfach den [CRMCoach Christian Pusch](#).

Tipps und Tricks: Wissensdatenbank - Garant für schnelle Antworten

Bei der Bearbeitung von Anfragen oder Reklamationen im Servicebereich kann eine schnelle und profunde Antwort sehr helfen, die negativen Emotionen des Kunden im Zaum zu halten. Erfolgreiche Unternehmen nutzen dazu das Potenzial einer integrierten Wissensdatenbank. Eine integrierte Wissensdatenbank ist ein leistungsfähiges Tool zur Lieferung zuverlässiger, präziser und schneller E-Mail-Antworten. Sie kann darüber hinaus für andere Bereiche im Kundenservice wie Self Service, Online-Chat und Telefon verwendet werden.

Innerhalb von Microsoft CRM 3.0 werden die Informationen als Artikel gespeichert und nach Betreff zusammengestellt. Die Datenbank kann viele verschiedene Arten von Artikeln enthalten:

- Häufig gestellte Fragen (Frequently Asked Questions, FAQs)
- Häufige Probleme und deren Lösungen
- Grafiken und Diagramme
- Produkthandbücher, Datenblätter, etc.

Finden Sie nachfolgend Schritt-für-Schritt Anweisungen, wie Sie Artikel aus der Wissensdatenbank in einer E-Mail verschicken, wie Sie nach Artikeln suchen und wie Sie neue Artikel in die Datenbank aufnehmen können.

Anfügen eines Artikels an eine vorhandene E-Mail-Nachricht

Kundendienstmitarbeiter können aus einer Anfrage oder einer geöffneten E-Mail Aktivität heraus Artikel direkt per E-Mail an Kunden senden.

Führen Sie folgende Schritte aus, um einen Artikel an eine vorhandene Nachricht anzufügen:

1. Erstellen Sie in der Webanwendung eine E-Mail-Nachricht.
2. Klicken Sie im Formular **E-Mail** auf der Symbolleiste **Formatierung** auf **Wissensdatenbankartikel einfügen**.
3. Durchsuchen Sie die Wissensdatenbank nach dem gewünschten Artikel. Wählen Sie in der Artikelliste den Titel aus, den Sie senden möchten. Klicken Sie zum Anzeigen einer Artikelvorschau auf **Artikel anzeigen**.
4. Klicken Sie zum Auswählen des Artikels auf **OK**. Der gesamte Text des Artikels wird in die E-Mail eingefügt.
5. Geben Sie eventuell zusätzlichen Text ein, oder bearbeiten Sie den Artikel. Änderungen werden nicht im Originalartikel gespeichert.
6. Wenn Sie online arbeiten und den Artikel senden möchten, klicken Sie auf **Senden**. Wenn Sie im Offlinemodus arbeiten, müssen Sie zum Senden der E-Mail-Nachricht online gehen.
7. Klicken Sie auf **Speichern** oder **Speichern und schließen**.

Erstellen von Artikeln

Wenn Sie auf ein Problem stoßen, das noch nicht in der Wissensdatenbank beschrieben ist, oder neue Lösungen für ein bekanntes Problem finden, können Sie das neue Wissen der Datenbank hinzufügen. So haben andere CRM Anwender Zugang zum neuen Wissen, sobald der für die Wissensdatenbank Verantwortliche den Artikel genehmigt und freigegeben hat. Artikel werden organisiert, indem sie denselben Betreffen zugeordnet werden, die auch im Produktkatalog, der Anfragenverwaltung und der Vertriebsdokumentation verwendet werden.

Führen Sie folgende Schritte aus, um einen neuen Artikel zu erstellen:

1. Klicken Sie im **Navigationsbereich** auf **Service** und dann auf **Wissensdatenbank**.
2. Klicken Sie auf der Symbolleiste **Aktionen** auf **Neu**.
3. Wählen Sie im Dialogfeld **Wählen Sie eine Vorlage aus** die Vorlage aus, die Sie verwenden möchten, und klicken Sie dann auf **OK**.
4. Geben Sie in das Feld **Titel** einen Titel für den Artikel ein.
5. Wählen Sie einen gewünschten Betreff aus, und klicken Sie dann auf **OK**.
6. Geben Sie im Dialogfeld **Schlüsselwörter** die für den Artikel relevanten Schlüsselwörter ein, und trennen Sie die einzelnen Schlüsselwörter durch Kommas.

7. Um den Artikelinhalt zu erstellen, klicken Sie auf einen Abschnitt des Formulars und geben Sie Text ein. Verwenden Sie die Bearbeitungstools auf der Symbolleiste **Formatierung**, um den Artikel zu formatieren.
8. Klicken Sie auf **Speichern und schließen**.

Hinweis: Microsoft CRM verschiebt den Artikel automatisch in den Ordner **Entwurf** im Bereich **Wissensdatenbank**. Der Artikel ist erst dann öffentlich zugänglich, wenn der für die Wissensdatenbank Verantwortliche den Artikel genehmigt und freigegeben hat.

Suchen von Artikeln

Die einfachste Art, Informationen über einen bestimmten Artikel zu finden, besteht darin, im **Navigationsbereich** auf **Service** und dann auf **Wissensdatenbank** zu klicken.

Führen Sie folgende Schritte aus, um nach einem Artikel in der Wissensdatenbank zu suchen:

1. Klicken Sie im **Navigationsbereich** auf **Service** und dann auf **Wissensdatenbank**.
2. Wählen Sie in der Liste der Registerkarte **Suchen** eine der Optionen: **Volltextsuche**, **Schlüsselwortsuche**, **Titelsuche** oder **Artikelnummersuche**.
3. Geben Sie in das Feld **Suchen nach** ein Wort, einen Ausdruck, ein Schlüsselwort oder eine Artikelnummer ein.
4. Um eine Suche nach dem Betreff einzuschränken, suchen Sie den Betreff, und wählen Sie ihn aus. Wählen Sie keinen Betreff, so wird die gesamte Datenbank durchsucht.
5. Wählen Sie in der Liste **Optionen** die Option **Genauer Text** oder **ähnliche Wörter verwenden**, um nach den Wörtern zu suchen, die Sie in das Feld **Suchen nach** eingeben.
6. Klicken Sie auf **Suchen**, um die Suche durchzuführen. Eine Liste mit Artikeln, die Ihren Suchkriterien entsprechen, wird angezeigt. Doppelklicken Sie auf einen Artikel, um ihn zu öffnen.

Sie können auch Artikel im Arbeitsbereich unter **Meine Arbeit** anzeigen. Mit der Option **Erweiterte Suche** kann in jedem Bereich von Microsoft CRM nach Artikeln gesucht werden.

Für Fragen stehe ich Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung
Ihr [CRMCoach Christian Pusch](mailto:Christian.Pusch@crmcoach.at)

Impressum

CRMCoach Christian Pusch | Döllachgasse 28 | 2483 Ebreichsdorf | Tel: +43 (664) 92 12 729 | www.crmcoach.at

Gewährleistungs- und Haftungsausschlussklausel

Die im Newsletter enthaltenen Nachrichten dienen ausschließlich Ihrer Information. Der CRMCoach übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung für Schäden, die aus der Nutzung dieser Informationen entstehen. Die Informationen geben lediglich den Kenntnisstand von CRMCoach zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Newsletters wieder.