

Mitmachen! Die Anmeldung für den Wettbewerb Top Service Österreich läuft noch bis März 2017.

Warum Kundenorientierung Chefsache ist

So gut wie jedes Unternehmen meint von sich, den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt zu stellen. „Dennoch erleben wir sehr häufig, dass diese Aufgaben an die Serviceabteilung abgeschoben wird, die oft nicht einmal ein eigenes Budget hat“, sagt Beraterin Barbara Aigner, Initiatorin des Kundenservicewettbewerbs Top Service Österreich. „Nur wenn das Thema auf der Managementagenda aufscheint und in der Unternehmenskultur verankert wird, kann ein einheitliches, strategisch geplantes Kundenerlebnis stattfinden.“

Durch Service abheben

Genau das zeichnet auch jene Unternehmen aus, die bei Top Service Österreich 2016 die Nase vorn hatten. „Jeder einzelne Kontakt mit uns muss in der Wahrnehmung des

Kunden etwas ganz Besonderes sein. Das unterstreicht unsere ‚Insanely Customer Centric Culture‘. Unsere Mitarbeiter sollen jeden einzelnen Kundenkontakt als Gelegenheit sehen, unsere Leistungen noch kundenorientierter zu machen. Da sind wir sicherlich auch ein bisschen verrückt“, sagt DHL-Express-Geschäftsführer Ralf Schweighöfer, Sieger von Top Service 2016.

Warum sich immer mehr Unternehmen mit Kundenorientierung und Customer Experience beschäftigen? „Produkte und Dienstleistungen werden immer austauschbarer, über Service besteht die Möglichkeit, sich abzuheben, bestehende Kunden zu halten und Zusatzumsätze zu erzielen“, so Aigner. Eine erste Einschätzung über die hausinterne Kundenorientierung bietet online der kostenlo-



Top-Service-Initiatorin Barbara Aigner mit Ingrid Hofmann (Hofmann Personal, 3. Platz), Natascha Kantauer-Gansch (A1, 2. Platz), Ralf Schweighöfer (DHL Express, 1. Platz), Michael Botek (ITdesign, 3. Platz ex aequo) (v.l. vorn) und den Laudatoren.

[Christian Husar]

se Top-Service-Selbsttest auf www.top-service-oesterreich.at.

Über Top Service Österreich

Der Wettbewerb Top Service Österreich misst Kundenorientierung in Unternehmen verschiedener Branchen und Größen. Der Vergleich mit anderen Unternehmen wiederum hilft zu sehen, wo man selbst steht. Betrachtet werden u. a. Unternehmenskultur, Strategie, Digitalisierungsgrad, Prozesse, Produkt- und Dienstleistungsangebot, Vertrieb und Preis, Weiterempfehlung (NPS) und die Wirkung auf den Kunden. Die besten Teilnehmer werden mit dem Top-Service-Gütesiegel ausgezeichnet. Durchgeführt wird der Wettbewerb vom Beratungs- und Marktforschungsunternehmen emotion banking.

www.top-service-oesterreich.at