



# **Service Desk World 2009**

## **15. Euroforum-Jahrestagung**

**Frédéric Monard, Betriebsökonom FH**

Grandhotel Schloss Bensberg, Bergisch Gladbach  
13. Mai 2009

# Inhalt

- \_ Begrüssung und Vorstellung
- \_ Customer Care im IT Service Desk
- \_ Projekt Service Desk ‚reloaded‘
  - \_ Das Customer Care Concept – Design der Service-Organisation
  - \_ Der Service Desk als idealer Treiber für die Neugestaltung der gesamten Service-Organisation
  - \_ Servicekatalog – „Masterpiece“ für Transparenz und Effizienz im Serviceprozess
  - \_ Do’s und Don’ts bei Optimierungen
- \_ Zusammenfassung
- \_ Q&A

# Begrüßung und Vorstellung

## \_ PIDAS

- \_ 250 Mitarbeiter im deutschsprachigen Europa (Zürich, Basel, Wien, Graz und Frankfurt)
- \_ Themenspezialist ‚Customer Care‘ in IT und Customer Service
- \_ mehr als 1000 erfolgreiche Projekte im IT und Customer Service Umfeld
- \_ bietet Consulting, Outsourcing und Solutions im Customer Care Umfeld

## \_ Zu meiner Person

- \_ Berater und Gesamtprojektleiter in verschiedenen Branchen (IT, Telekommunikation, Banken und Versicherungen, öffentliche Verwaltung) und Unternehmen (DZ PRIVATBANK Schweiz, Credit Suisse, Telekom Liechtenstein, IGS - Informatik für Sozialversicherungen, u.a.)
- \_ Dozent an der Wirtschaftsinformatikschule Schweiz (Stiftung WISS)
- \_ Co-Initiant des umsetzungsstarken Beratungs- und Projektmanagementansatzes „faireresulting“

# Inhalt

- \_ Begrüssung und Vorstellung
- \_ **Customer Care im IT Service Desk**
- \_ Projekt Service Desk ‚reloaded‘
  - \_ Das Customer Care Concept – Design der Service-Organisation
  - \_ Der Service Desk als idealer Treiber für die Neugestaltung der gesamten Service-Organisation
  - \_ Servicekatalog – „Masterpiece“ für Transparenz und Effizienz im Serviceprozess
  - \_ Do’s und Don’ts bei Optimierungen
- \_ Zusammenfassung
- \_ Q&A

# Der Anspruch - und die (leider häufige) Wirklichkeit

„Der Kunde steht im Mittelpunkt - und ist damit allen im Weg!“

„Der Kunde ist König - bekanntlich wurde bei uns die Monarchie abgeschafft.“

# Customer Care im Service Desk\*

- \_ **Anwenderzufriedenheit** als wichtigstes Serviceziel
- \_ 78% der Schweizer und 52% der Österreicher IT-Verantwortlichen halten **Kompetenz** für die wichtigste Servicetugend
- \_ Bei der überwiegenden Mehrheit der Unternehmen wird IT auch weiterhin **als passiver Dienstleister** und noch nicht als **Innovationsmotor** und wichtiger Gestalter des Wertschöpfungsprozesses gesehen
- \_ In 30% der österreichischen und in 46% der Schweizer Unternehmen gibt es keinen **Single Point of Contact (SPOC)**
- \_ 48% der Schweizer und 20% der österreichischen IT-Verantwortlichen geben an, überhaupt keine **softwareunterstützte Dokumentation** von Kundenanfragen zu betreiben
- \_ **Servicekatalog** in 29% (Schweiz) bzw. in 41% (Österreich) der IT-Organisationen nicht vorhanden
- \_ 34% der österreichischen und 58% der Schweizer Unternehmen haben keinerlei **Levels für Serviceleistungen** definiert

\* aus dem Customer Service Report 2008

# Erfolgsfaktoren im Customer Service\*

- \_ Erreichbarkeit
- \_ Freundlichkeit
- \_ Kompetenz
- \_ Zuverlässigkeit

\*Customer Service Report 2008

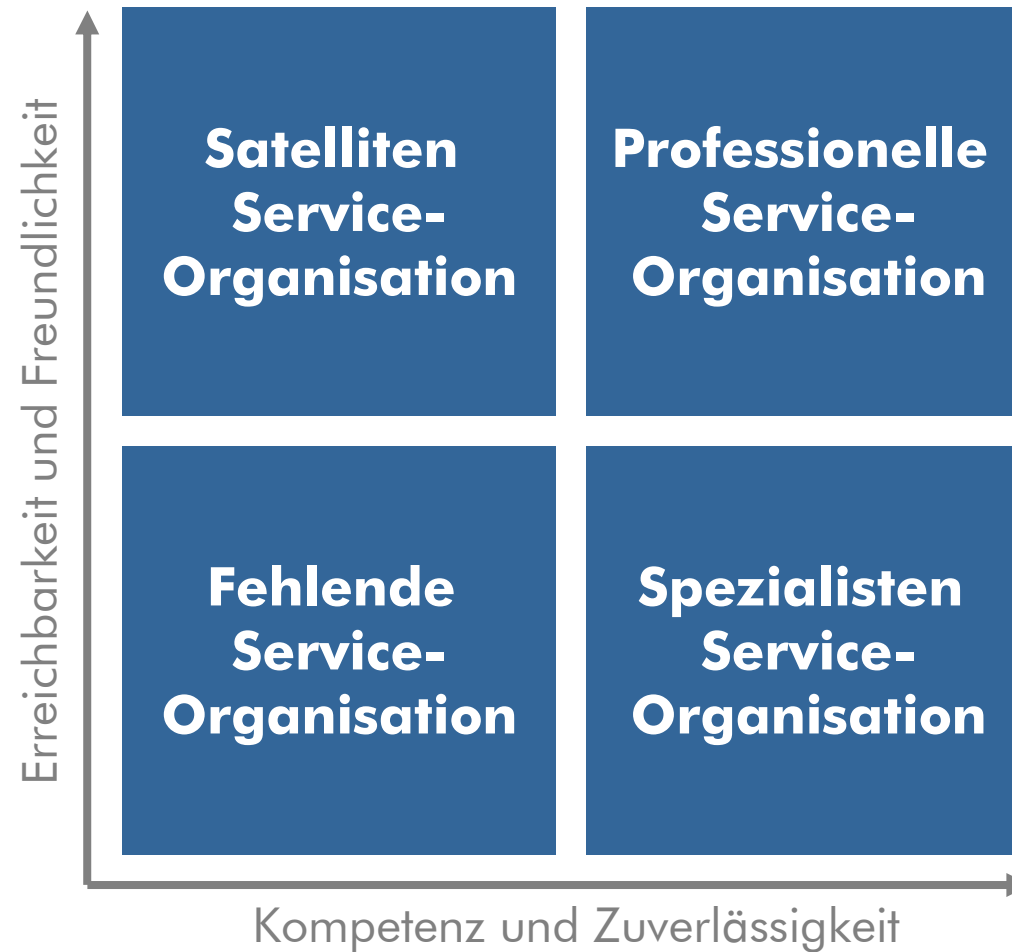


kann unter [www.servicelandschaft.com](http://www.servicelandschaft.com) bestellt werden.

# Erfolgsfaktoren im Service Desk

<b>Faktoren</b>	<b>Wichtigste Einflussgrößen</b>
_Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>_Hohe telefonische Erreichbarkeit</li><li>_Schnelle Reaktionszeiten über alle Kontaktkanäle (Web/Ticketing, Email)</li><li>_Businessorientierte Servicezeiten</li></ul>
_Freundlichkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>_Kundenorientierung → Haltung gegenüber dem Kunden</li><li>_Telefonskills → Positive Sprache</li><li>_Schriftliche Formulierungen</li></ul>
_Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"><li>_First Contact Solution Rate (FCSR)</li><li>_Sprache des Kunden sprechen</li><li>_Einhaltung des Servicekatalogs → einheitliche Servicequalität und Servicekonstanz</li></ul>
_Zuverlässigkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>_Klare Vereinbarungen mit dem Kunden → gemäss Servicekatalog</li><li>_Einhaltung der vereinbarten Service-Levels werden überwacht → Abweichungen führen zu Eskalationen</li><li>_Kunde wird über Serviceverlauf informiert</li></ul>

# Positionierung Service-Organisation



# Inhalt

- \_ Begrüssung und Vorstellung
- \_ Customer Care im IT Service Desk
- \_ **Projekt Service Desk ,reloaded'**
  - \_ Das Customer Care Concept – Design der Service-Organisation
  - \_ Der Service Desk als idealer Treiber für die Neugestaltung der gesamten Service-Organisation
  - \_ Servicekatalog – „Masterpiece“ für Transparenz und Effizienz im Serviceprozess
  - \_ Do's und Don'ts bei Optimierungen
- \_ Zusammenfassung
- \_ Q&A

# Projekt Service Desk ‚reloaded‘

## Unternehmen

- \_ im Bereich IT- und Business Process Outsourcing tätig
- \_ betreut Banken und Versicherungen

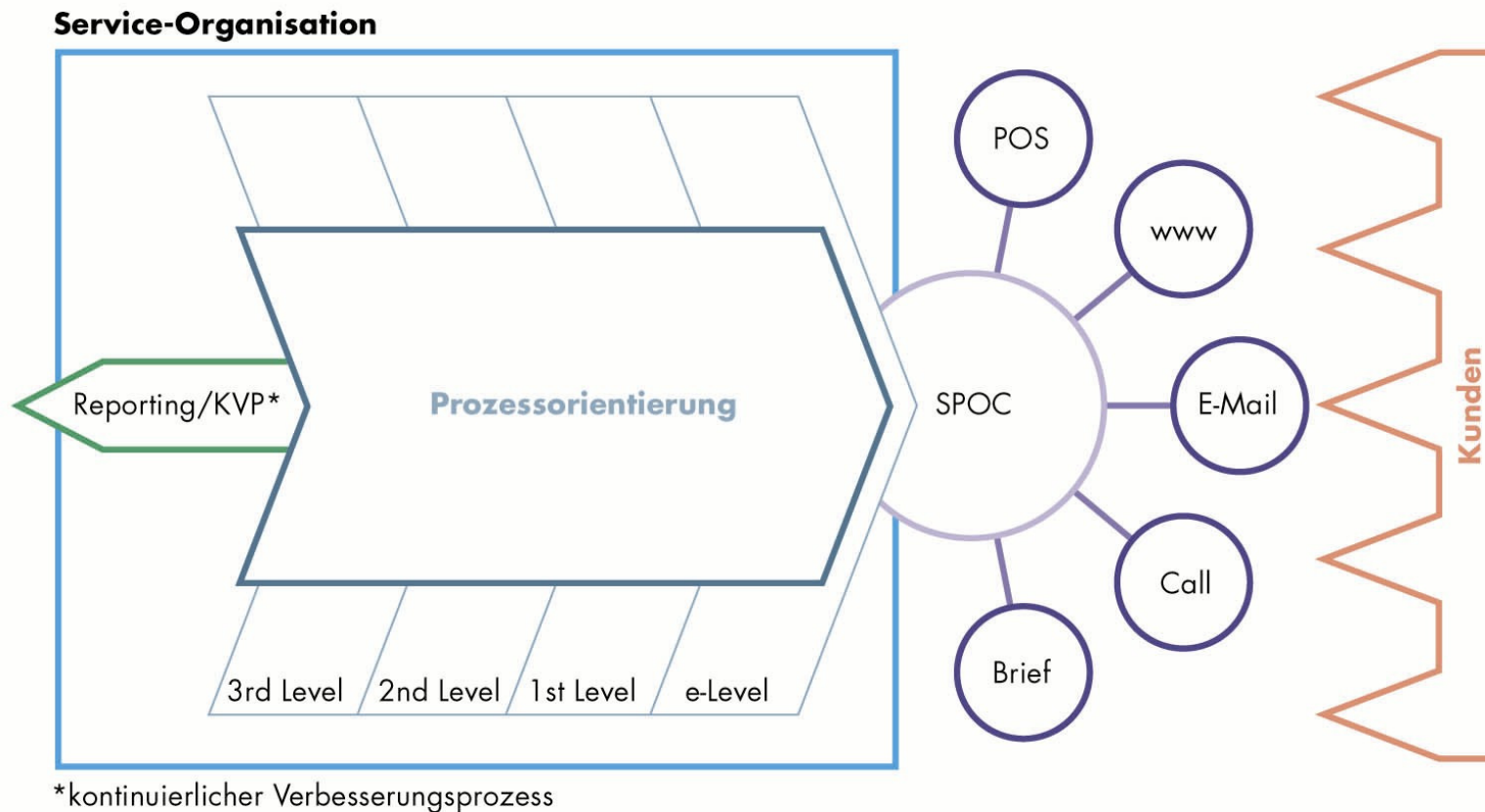
## Initialer Projektauftrag

- \_ Optimierung des ITO-Service Desk (ca. 15 Mitarbeiter)
  - \_ Aufbau eines Servicekatalogs
  - \_ Einführung eines Rollenmodells im Serviceprozess
  - \_ Einführung neuer Customer Care Standards im Service Desk

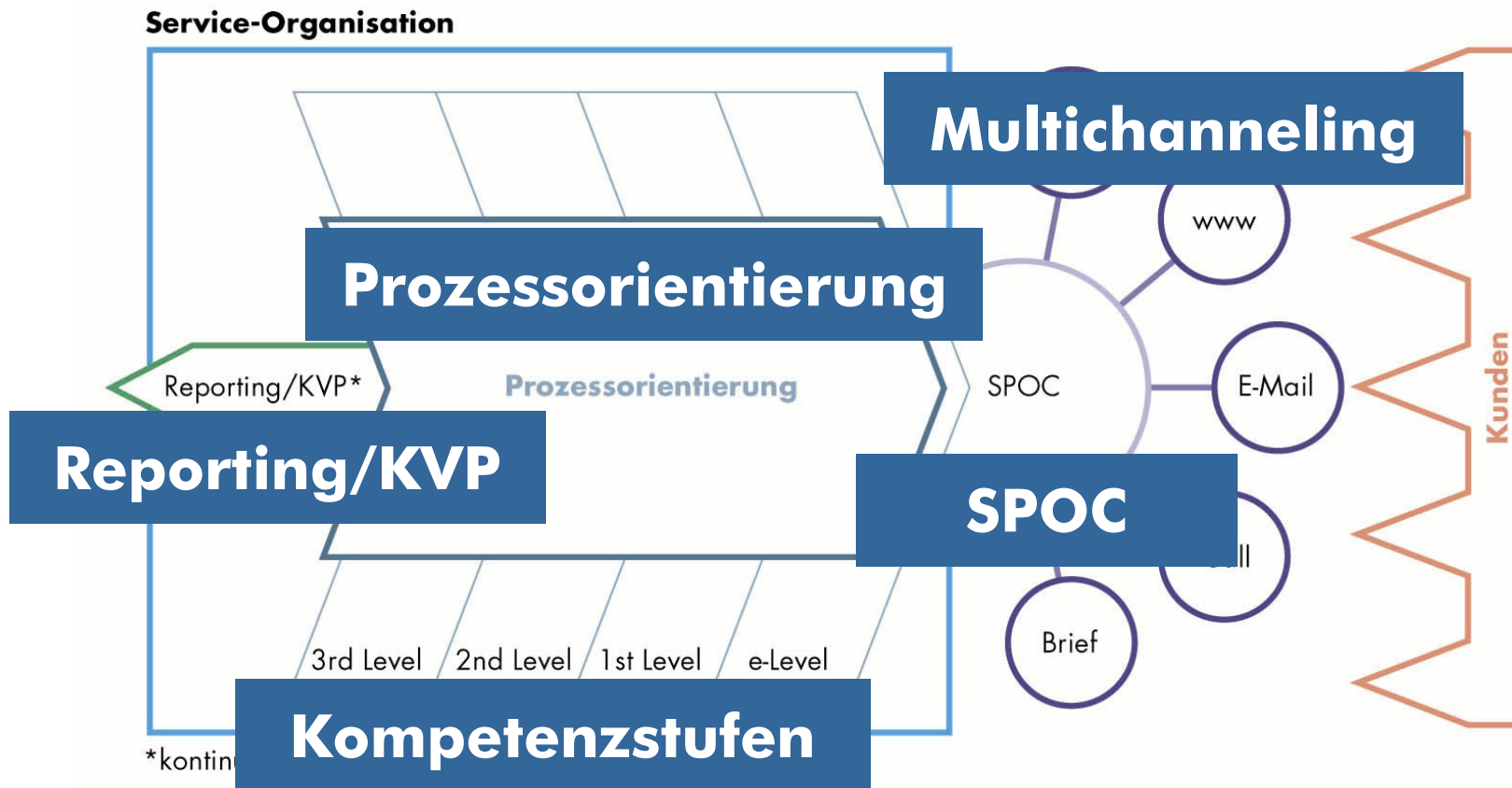
## Resultat

- \_ Servicekatalog hat Transparenz geschaffen → Spezialisten im 2nd Level verrichten mehrheitlich 1st Level Tätigkeiten → von der reaktiven zur proaktiven Service-Organisation
- \_ Unternehmensweite Customer Care Strategie → Customer Care Standards (Richtlinien, Servicekatalog, Framework, etc.) werden im gesamten Unternehmen eingeführt

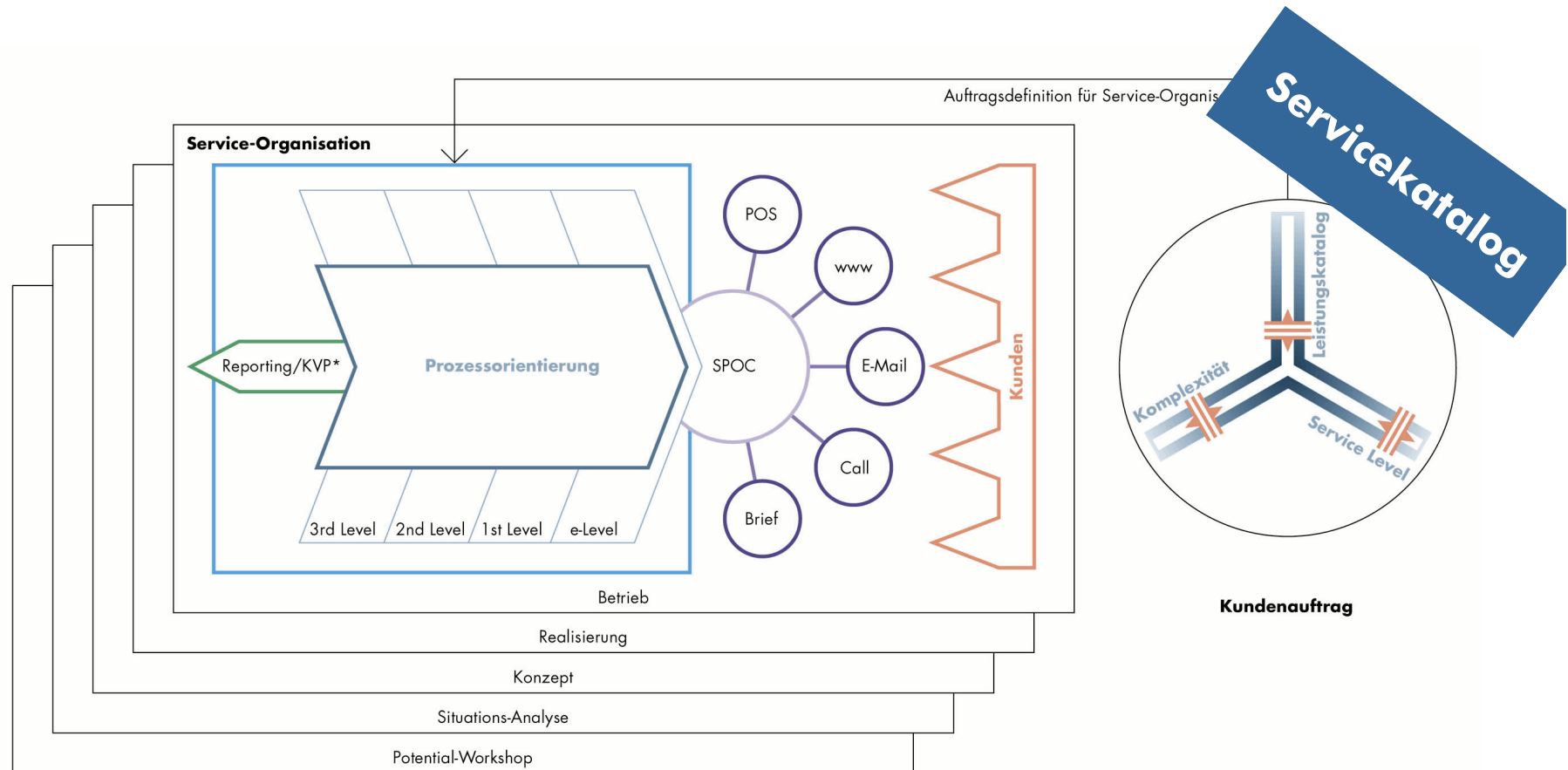
# Customer Care Concept (CCC) – Best Practice Framework



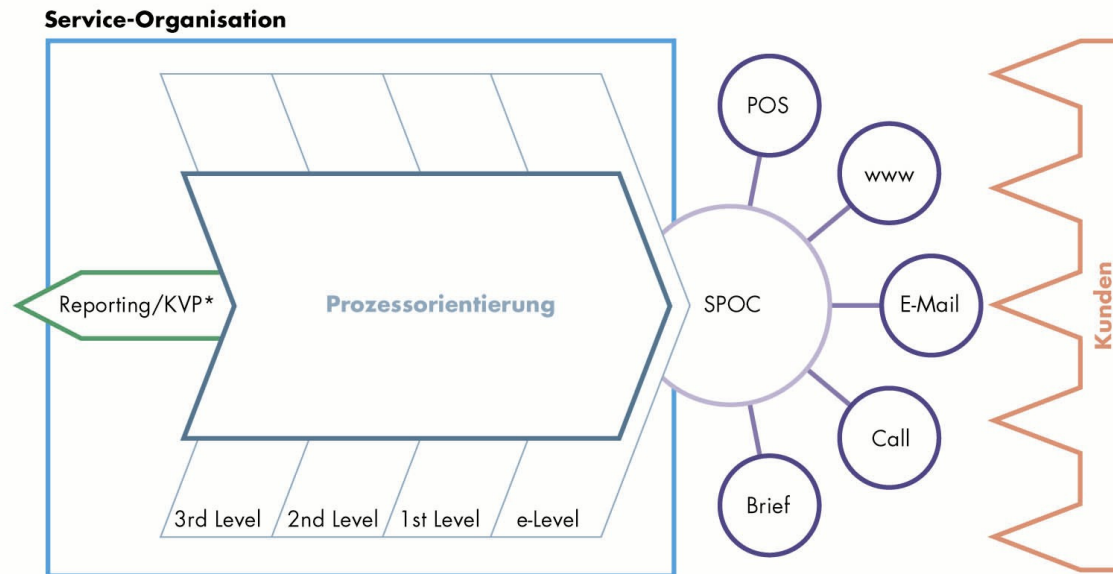
# CCC Kernkomponenten



# Auftragsdefinition



# Bausteine Service-Organisation



\*kontinuierlicher Verbesserungsprozess

**Strategie/Business Logik:**  
 Vision, Mission, Business Logik  
 KPI & Zielsystem

**Service Katalog:**  
 Kunden  
 Service Levels  
 Komplexität  
 Leistungskatalog

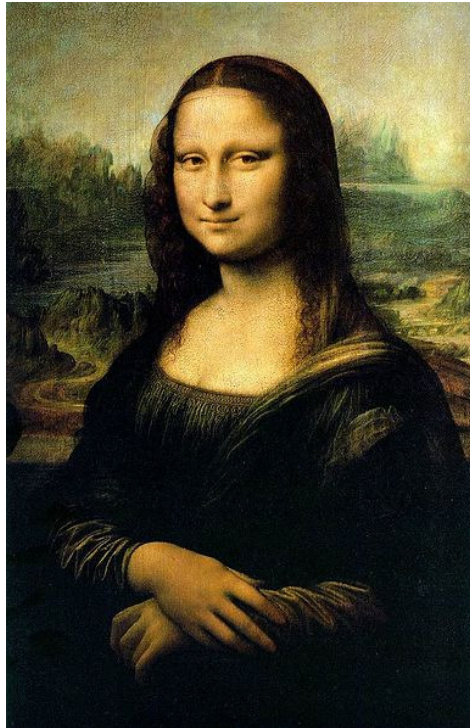
**Infrastruktur:**  
 Zugangstechnologien  
 Ticketing/  
 Pendenzverwaltung  
 Anbindung ERP/CRM  
 Raum/Arbeitsplätze  
 CTI

**Management:**  
 KPI  
 Reports  
 MA-Führung  
 Serviceübernahmen

**Organisation:**  
 Rollen/Struktur  
 Abläufe/ SOPs  
 SLAs/ OLAs/ UCs

**Mensch:**  
 MA-Bedarf  
 Job-Design  
 Skills  
 Ausbildung/Coaching

# Servicekatalog als „Masterpiece“ für Transparenz und Effizienz



**Masterpiece** (or *chef d'œuvre*) in modern usage refers to a creation that has been given much critical praise, especially one that is considered the greatest work of a person's career or to a work of outstanding creativity, skill or workmanship. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

# Servicekatalog

## Grundhaltung

- \_ Der Service muss vom Kunden verstanden werden
- \_ Der Service muss vom Kunden benötigt werden

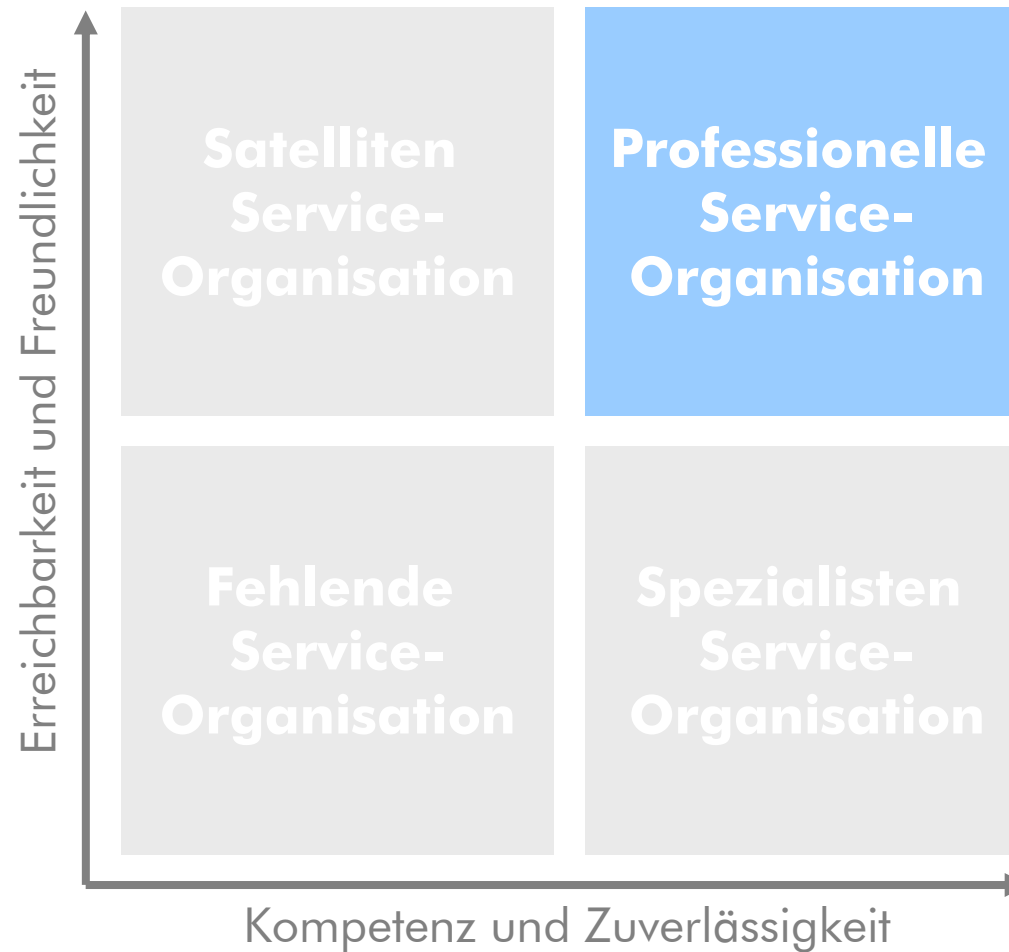
## Ziel und Inhalte

- \_ Festlegen, Präzisieren der Leistungen
- \_ Definition der Service Levels pro Geschäftsfall und Kanaleingang
- \_ Kategorisierung der Kundengruppen und Anliegen
- \_ Abgrenzungen und Einbezug von Drittparteien bei der Service-Erbringung

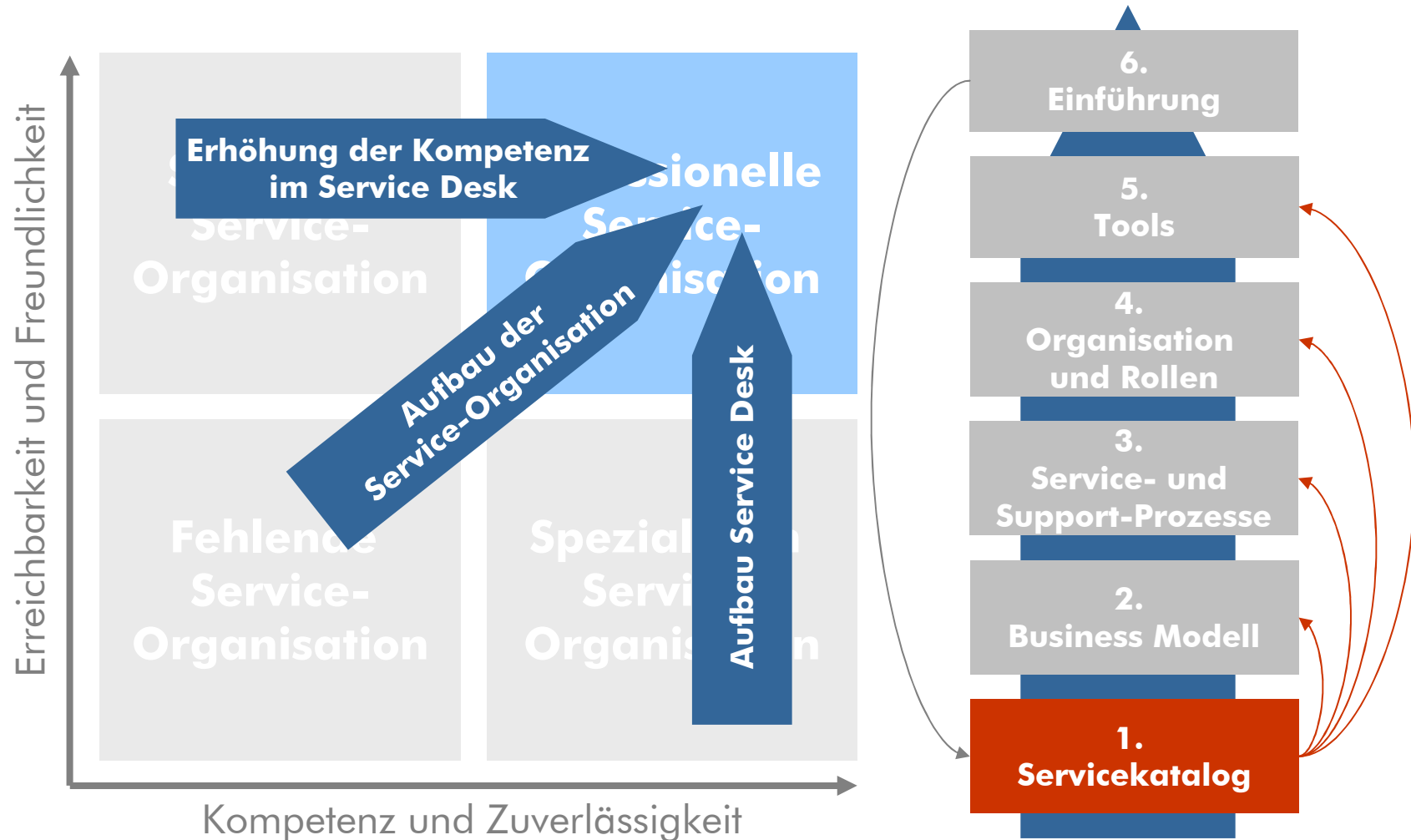
## Nutzen

- \_ Klare Verantwortung gegenüber den Kunden durch einen dedizierten Servicekatalog
  - Was kann ich vom Service Desk erwarten?
- \_ Transparenz über die zu erbringende Leistungen ermöglicht eine effizientere Zusammenarbeit und beugt Missverständnisse vor
  - Welche Leistungen erbringt der Service Desk? In welcher Qualität?
  - Welche Stelle ist für mein Anliegen verantwortlich?

# Der Weg zur professionellen Service-Organisation



# 6 Schritte zur Optimierung der Service-Organisation



# Do's und Don'ts bei Optimierungen

- \_ Faktor Zeit – Straffer Projektplan und strikte Einhaltung der Milestones (Vergessen Sie Sprüche wie ‚Rom ist auch nicht an einem Tag erbaut worden‘)
- \_ Ganzheitliche Optimierung: Mensch, Organisation und Technik
- \_ Einbezug der Service Desk Mitarbeiter und der Kunden
- \_ Unterstützung des Managements → Customer Care ist Chefsache!
- \_ Starkes Projektteam (Ressourcen, Know-how und Motivation)
- \_ Rasche Erfolge bei der Einführung (... auch aus Kundensicht!)
- \_ Überraschen Sie Ihre Kunden!

# Ein businessorientierter Service Desk ist ...

- \_ erreichbar, freundlich, kompetent und zuverlässig
- \_ die stolze Visitenkarte der gesamten IT
- \_ ein starker Innovationsmotor für die nachgelagerten Einheiten im Serviceprozess und transportiert die Stimme und das Befinden des Kunden zum Management

# Inhalt

- \_ Begrüssung und Vorstellung
- \_ Customer Care im IT Service Desk
- \_ Projekt Service Desk ‚reloaded‘
  - \_ Das Customer Care Concept – Design der Service-Organisation
  - \_ Der Service Desk als idealer Treiber für die Neugestaltung der gesamten Service-Organisation
  - \_ Servicekatalog – „Masterpiece“ für Transparenz und Effizienz im Serviceprozess
  - \_ Do’s und Don’ts bei Optimierungen
- \_ **Zusammenfassung**
- \_ **Q&A**

# Zusammenfassung und Q&A

Die drei wichtigsten Punkte zum Referat:



# Danke für Ihr Interesse!

Frédéric Monard  
Senior Business Consultant  
Betriebsökonom HWV/FH  
PIDAS Aktiengesellschaft  
Margarethenstrasse 38  
CH-4053 Basel  
+41 61 278 00 89  
+41 79 617 08 74  
fmonard@pidas.com

 **faireresulting**  
[www.faireresulting.com](http://www.faireresulting.com)



[www.pidas.com](http://www.pidas.com)  
[www.servicelandschaft.com](http://www.servicelandschaft.com)  
[www.kundenserviceblog.com](http://www.kundenserviceblog.com)