

EVONIK SCHOOL OF CUSTOMER SERVICE

QUALIFIZIERUNG DES CUSTOMER SERVICE WELTWEIT
CASE STUDY

We bring your strategy to life



Zusammenfassung

Seit 2014 setzt sich Evonik dafür ein, die Servicequalität weltweit zu steigern und die funktionsübergreifende Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb und Customer Service zu verbessern. In Zusammenarbeit mit unserem MTI-Projektteam wurde in einem co-kreativen Prozess ein mehrstufiges, international ausgerolltes Trainingsprogramm entwickelt, das auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten ist.

Das Programm, das 2015 mit dem BDVT in Bronze ausgezeichnet wurde, hat sich durch seine Integration als nachhaltige Lernumgebung etabliert:



BRONZE-PREISTRÄGER 2015/2016
EUROPÄISCHER PREIS FÜR
TRAINING, BERATUNG UND COACHING

- › Strukturierte Erfolgskontrolle durch teilnehmergesteuerte Projekte
- › Funktionsübergreifende Zusammenarbeit, um kundenorientierte Initiativen mit den Unternehmenszielen in Einklang zu bringen
- › Austausch bewährter Praktiken und kontinuierliche Verbesserung durch Folgemaßnahmen und Transfer-Meetings

Durch die Förderung der Kunden- und Serviceorientierung über alle Geschäftsbereiche hinweg, steigert die Initiative die Servicequalität, die Kundenzufriedenheit und die organisatorische Effizienz auf globaler Ebene erheblich.

Evonik School of Customer Service | Key Facts

ZIEL

Steigerung der Servicequalität in Verbindung mit Marketing und Vertrieb weltweit, Entwicklung der Kundenbindung, Einrichtung des KVP-Service.
Entwicklung der Kundenbetreuer im Innendienst.



PROJEKTDAUER

Laufend seit 2014



PROJEKTTAGE

300 Tage und fortlaufend



MTI CONSULTANTS

Projekt Management:
Hans-Peter Machwüth &
Björn Hammerling; Lead
Facilitator: Björn Hammerling
& 6 internationale
MTI Consultants



BRANCHE

Chemische Industrie



ZIELGRUPPE

>700 Mitarbeitende und
Führungskräfte
(Fundamentals,
Advanced,
Mastery)



TOOLS & METHODEN

Service Qualitätsbewertung,
Customer Service
Guidelines, E-Mail-+
Telefonknigge, individuelles
Lernmaterial, Transferhilfen,
RACI-Matrix



LÄNDER

Deutschland, Europa,
Asien, Indien, Nord-
Amerika, Süd-Amerika,
Süd-Afrika



BESONDERHEIT

Erste Schulungsmaßnahmen für
diese Zielgruppe; von MTI
mitentwickeltes, co-kreatives
Konzept mit HR, Marketing,
Vertrieb und Service



Evonik School of Customer Service | Ziele

Die School of Customer Service hat folgende Ziele:

- › die Kunden- und Serviceorientierung über alle Bereiche hinweg zu erhöhen und damit auch
- › die Qualität der (Dienst-)Leistung aus der Sicht des Kunden und seine Zufriedenheit zu erhöhen.

Weitere Ziele, die mit der School of Customer Service verbunden sind:

- › Vertiefung des Verständnisses für die Arbeit der anderen Abteilungen und deren Bedürfnisse
- › die Einstellung „Wir sind ein Team“ und das Streben nach ständiger Verbesserung stärker in den Köpfen der Mitarbeitenden in den drei Bereichen zu verankern, damit
- › die ehemaligen Schnittstellen schließlich zu „Nahtstellen“ werden.

Daher sind alle Schulungen an der *School of Customer Service* aufeinander abgestimmt und bauen auf den gleichen Grundlagen auf. Darüber hinaus können die Mitarbeiter aus den Bereichen nach Abschluss der für sie konzipierten Maßnahmen an den Schulungen der anderen Bereiche teilnehmen. Auch dies fördert das bereichs- und tätigkeitsübergreifende Denken und das gegenseitige Verständnis.

Evonik School of Customer Service | Kursziele

- › Meine Rolle, Funktion und Aufgabe im Customer Service
- › Mein Beitrag zur Weiterentwicklung des Customer Service
- › Transformation to active Inside Sales function
- › Optimierung meines Customer Service Teams
- › Agile Leadership in digital service transformation

FUNDAMENTALS

Die Teilnehmenden:

- › Verstehen die Qualitätskriterien des CS
- › Üben und intensivieren die Umsetzung von Qualitätskriterien
- › Reflektieren die eigene Rolle, Funktion und Aufgabe
- › Lernen die Schnittstellen zu Sales & Marketing kennen und optimieren die Zusammenarbeit
- › Entwickeln in Absprache mit der Geschäftsleitung einen persönlichen Aktionsplan für Schlüsselqualifikationen, der innerhalb der Organisationseinheit umgesetzt wird.

ADVANCED

Die Teilnehmenden lernen:

- › Als Vorbildfunktion für eine exzellente Service und Sales Kultur zu handeln
- › Zusammenarbeit mit allen internen und externen Partnern
- › Verantwortung für die Erreichung der CS Ziele zu übernehmen
- › Ideen einzubringen und Änderungen aktiv umzusetzen
- › Eine Schlüsselposition als Organisator und Vorbild innerhalb des Teams einzunehmen

MASTERY

Die Teilnehmenden lernen:

- › Das Teilen von Standards und Zusammenarbeit mit anderen Führungskräften
- › Führung und Entwicklung des eigenen Teams
- › Konzentration auf den Kunden, um neue Business Optionen zu generieren
- › Verwaltung der Schnittstellen zwischen Vertrieb und Marketing

Konzeptentwicklungsprozess „Service makes the difference“*



* Ausgezeichnet mit dem Europäischen Trainingspreis (BDVT)

Evonik School of Customer Service | Inhalte und Tools

- › Meine Rolle, Funktion und Aufgabe im Customer Service
- › Mein Beitrag zur Weiterentwicklung des Customer Service
- › Transformation to active Inside Sales function
- › Optimierung meines Customer Service Teams
- › Agile Leadership in digital service transformation

FUNDAMENTALS

- › 7 Schlüssel zur Kundenzufriedenheit
- › Service Prozess
- › Regeln der Kommunikation
- › E-Mail-Knigge
- › Telefonleitfaden
- › 4-Seiten-Modell
- › Fragetechniken
- › Aktives Zuhören

ADVANCED

- › SWOT-Analyse
- › SMART-Ziele
- › Leitfaden für Change Projekte
- › Veränderungskurve
- › BAF-Methode
- › RACI-Matrix
- › DISG-Modell
- › Feedback-Schritte
- › Konfliktstufenmodell
- › Kundenanalyse

MASTERY

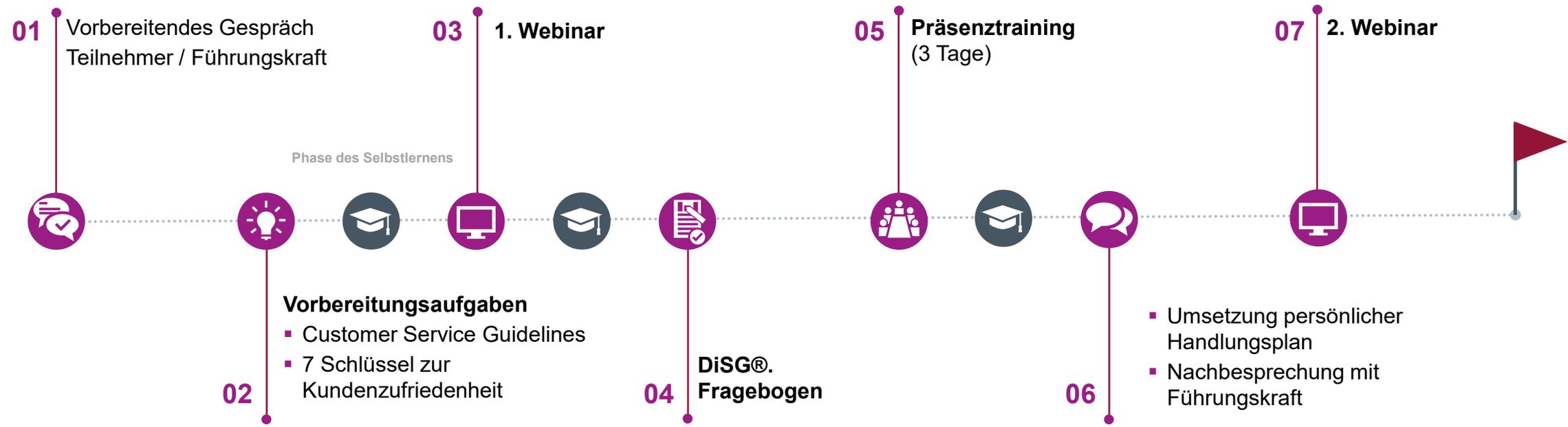
- › Schnittstellenanalyse
- › Team Vision
- › Motivation der Mitarbeiter
- › Mitarbeiter-Portfolio
- › Johari-Fenster
- › Meeting-Leitfaden
- › Führen mit DISG
- › Veränderungs-Leitfaden
- › Team Performance
- › Ursache-Wirkungs-Diagramm

Fundamentals Learning Journey

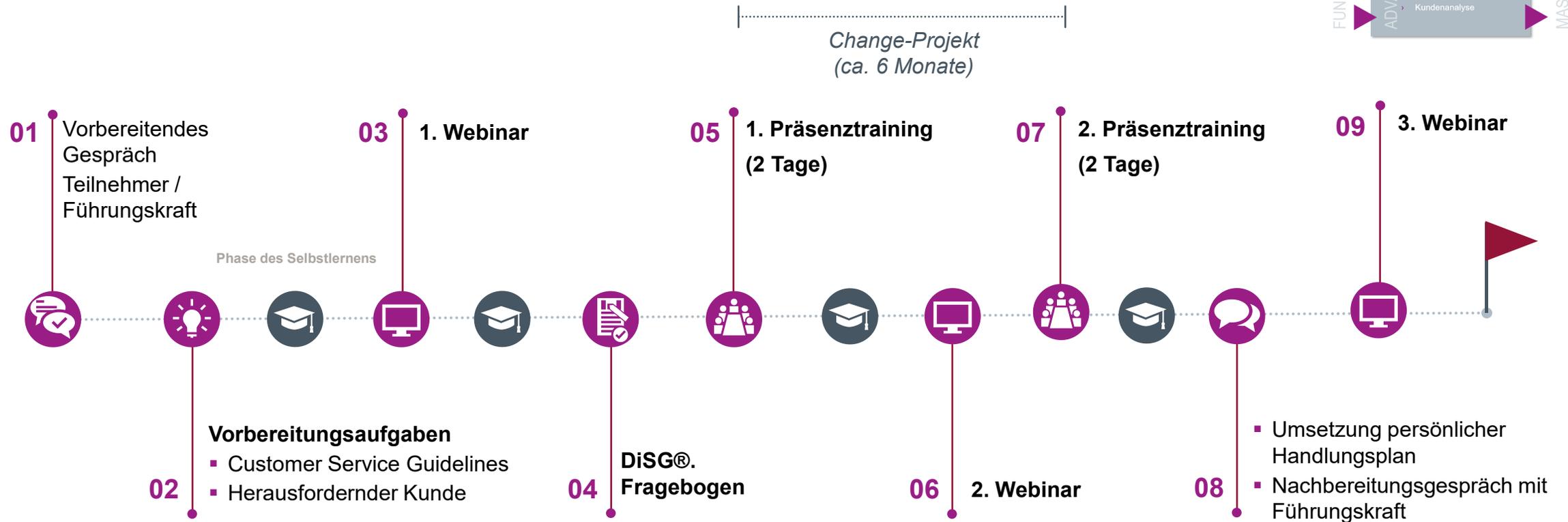
FUNDAMENTALS

- › 7 Schlüssel zur Kundenzufriedenheit
- › Service Prozess
- › Regeln der Kommunikation
- › E-Mail-Knigge
- › Telefonleitfaden
- › 4-Seiten-Modell
- › Fragetechniken
- › Aktives Zuhören

ADVANCED MASTERY



„Advanced“ Learning Journey



„Mastery“ Learning Journey

FUNDAMENTALS
ADVANCED
MASTERY

- › Schnittstellenanalyse
- › Team Vision
- › Motivation der Mitarbeiter
- › Mitarbeiter-Portfolio
- › Johari-Fenster
- › Meeting-Leitfaden
- › Führen mit DISG
- › Veränderungs-Leitfaden
- › Team Performance
- › Ursache-Wirkungs-Diagramm



Nachhaltigkeit und Effizienz

- › Verzahnung durch harmonisierte Trainingsinhalte für **alle 3 Funktionsbereiche**
- › Übergreifende Qualifizierung: Mitarbeitende aus Vertrieb und Marketing besuchen Kollegen aus dem Kundenservice in den Trainings
- › Nutzung von realen Business Fällen zum Erfahrungsaustausch und zur Lösung von Problemen aus der Praxis



In diesem ganzheitlichen Ansatz werden die Trainingsinhalte über alle Funktionsbereiche hinweg harmonisiert - was die Programme miteinander verzahnt

Erfolgskontrolle | Beispiel 1

Neben den traditionellen Feedbacktools zur Bewertung der Trainer, der Trainingsorganisation und des Seminarerfolgs bewerten wir den Erfolg durch strukturierte Evaluierungen der Teilnehmeraufgaben.

Beispiel 1:

„Meine Rolle, Funktion und Aufgabe im Customer Service“ – Fundamentals

Die Teilnehmenden erstellen einen individuellen Entwicklungsplan, den sie mit ihrer Führungskraft besprechen, um umsetzbare Schritte festzulegen. In einem Meeting können sich die Teilnehmenden über Best Practices austauschen und erhalten Unterstützung durch den Trainer.

Erfolgskontrolle | Beispiel 2

Beispiel 2:

"Mein Beitrag zur Weiterentwicklung des Customer Service" – Advanced

Die Teilnehmenden identifizieren potenzielle Change-Projekte, verfeinern sie gemeinsam mit ihren Führungskräften und setzen Initiativen um, die die Verbesserung der Organisation vorantreiben. Im zweiten Modul werden die Projektergebnisse vorgestellt, Best Practices dokumentiert und die gewonnenen Erkenntnisse ausgewertet.

Beispiele für Projekte:

- › Customer Service Guidebook
- › Sample Process improvements
- › Roll-out/ implementation of the Customer Service Guidelines

Erfolgskontrolle | Beispiel 3

Beispiel 3:

"Optimierung meines Customer Service Teams" – Mastery

Die Teilnehmenden entwickeln eine "Must-Do-Liste" mit einer RACI-Matrix zur Optimierung der Teamverantwortlichkeiten und der funktionsübergreifenden Zusammenarbeit. Die Führungskräfte legen ihre Prioritäten fest und geben sich gegenseitig Feedback, unterstützt von einem externen Coach. In einem Follow-up-Workshop nach sechs Monaten werden die Fortschritte und die Umsetzung bewertet.

KUNDENZITAT

” Die Zusammenarbeit mit Machwürrh Team International (MTI) war für uns ein entscheidender Schritt in der Weiterentwicklung unserer Servicequalität und Kundenorientierung. Seit 2014 haben wir gemeinsam an einem maßgeschneiderten Trainingsprogramm gearbeitet, das nicht nur auf unsere spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten ist, sondern auch die funktionsübergreifende Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb und Customer Service fördert.

Dank der engagierten Unterstützung von MTI und besonders von Björn Hammerling konnten wir eine nachhaltige Lernumgebung schaffen, die uns ermöglicht, bewährte Praktiken auszutauschen und kontinuierliche Verbesserungen zu implementieren. Die strukturierte Erfolgskontrolle durch teilnehmergesteuerte Projekte hat uns dabei geholfen, unsere Ziele effizient zu erreichen und die Kundenzufriedenheit erheblich zu steigern.

Das Programm, das 2015 mit dem BDVT in Bronze ausgezeichnet wurde, hat sich als unverzichtbares Instrument etabliert, um unsere organisatorische Effizienz auf globaler Ebene zu erhöhen. Wir sind stolz darauf, mit MTI zusammenzuarbeiten und freuen uns auf die weitere gemeinsame Entwicklung, die unsere Kundenorientierung in allen Geschäftsbereichen nachhaltig stärkt. “

Sven Simon | Dean Evonik School of Customer Service

Feedback der Teilnehmenden

Dieses Programm zeigt,
dass Evonik den
Customer Service
schätzt!

Tolle Mischung
von Tools! Das
DiSC-Profil war
sehr hilfreich.

Es war an der Zeit,
dass Customer
Service ein Training
wie dieses erhält

Idealer
Zeitraumen

Sehr vielfältiger und
anspruchsvoller Inhalt

Das Konzept der
Mentoren gefällt mir
sehr gut!

Großartige
Networking-
Möglichkeiten

Sehr gute
Gruppendynamik

Äußerst praxisorientiert,
sehr hilfreich

Tolle Veranstaltung
und tolle
Organisation!

Jederzeit für Sie da!

Wir freuen uns über Ihr Interesse und stehen für Fragen und Antworten jederzeit zur Verfügung.



Machwüth Team International GmbH

Phone: +49 4262 93 12 - 0

Email: info@mwteam.com

www.mticonsultancy.com



Noch mehr nützliche Tipps und Insights
finden Sie auch auf unserem [LinkedIn Kanal](#).



+ Sandra Backhaus
Head of Business Development

Phone: +49 4262 93 12-26
Email: sandra.backhaus@mwteam.com



+ Hans-Peter Machwüth
Geschäftsführung

Jetzt Termin vereinbaren