

TEAMSPIRIT & GELEBTE WERTE ALS ERFOLGSREZEPT

Bei der Weltbild Gruppe, einem der größten Multikanal-Händler von Media- und Non-Media-Produkten in der DACH-Region, ist eine hohe Kundenservicequalität fest verankerter Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Mit der Teilnahme am Audit stellte das Unternehmen seine Servicephilosophie auf den Prüfstand – und das mit Erfolg. Das Unternehmen gewann in der Kategorie Versandhandel den Titel „Gewählt zum Kundenservice des Jahres 2021“

Schon zu Beginn war das Vorhaben der Teilnahme am Audit von einer in dieser Form noch nie dagewesenen Herausforderung überschattet: der Corona Pandemie. Als Unternehmen mit einem Kundenservice im In- und Ausland stellte sich für Weltbild zunächst die Frage, ob und wie man sich überhaupt auf ein Audit in der Pandemie vorbereiten kann.

„Wir haben zwei Maximen definiert: Die erste war maximale Erreichbarkeit und Qualität im Kundenservice und die zweite maximaler Mitarbeiterschutz“, erzählt der Geschäftsführer der Weltbild Gruppe Björn Minnier. Hieraus entstand ein erkennbarer Zielkonflikt, der dadurch gelöst wurde, dass die Operations quasi „overnight“ virtualisiert wurden. Eine vorausschauende Planung machte hier schnelles Handeln möglich. „Die technischen Herausforderungen bestanden allesamt bereits vor der Krise, wurden aber von anderen Unternehmen zum Teil nicht hinreichend ernst genommen. Wir hingegen hatten

unsere Hausaufgaben bereits gemacht und waren somit in der Lage, alle Standardprozesse und Arbeitsschritte schnell zu virtualisieren“, so Minnier. Allerdings brauchte es schon etwas Vorarbeit und den einen oder anderen Standardprozess, um Arbeitsschritte im Kundenservice so schnell virtualisieren zu können. Stabile Kernprozesse im Unternehmen, eine stabile Logistik und Beschaffung waren zudem die Grundlage für die schnelle, reibungslose Umsetzung der Virtualisierung.

Das WIR-GEFÜHL: Der Schlüssel zu erfolgreicher Teamarbeit

Für Stefan Schmid, Leiter des Kundenservice bei Weltbild, gibt es aber einen noch viel wichtigeren Faktor für die erfolgreiche Platzierung des Service-Tests unter den Mitarbeitern. Es ist das vorhandene Wir-Gefühl, das immer dann entsteht, wenn alle Teammitglieder eine gemeinsame Motivation haben und auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Im Fall von Weltbild war das gemeinsame Ziel, mit einer einzigartigen Service Performance die Auszeichnung „Gewählt zum Kundenservice des Jahres 2021“ zu gewinnen. Und das haben die Teams erreicht. Allerdings lebte man bei Weltbild auch schon vor der Teilnahme am Audit ein starkes Wir-Gefühl, das auf den ethischen Werten des Unternehmens fußt. So genießt etwa die Zwischenmenschlichkeit einen besonders hohen Stellenwert, bei den Chefs, bei Teamleadern und bei jedem einzelnen Mitarbeiter. Gelebt wird eine offene Du-Kultur auf allen Hierarchieebenen, man kennt seine Chefs nicht nur auf dem Papier, sondern gerne auch darüber hinaus. Den Menschen hinter jedem einzelnen Mitarbeiter zu sehen, ihn und seine tägliche Performance für das Unternehmen wertzuschätzen, ist der Schlüssel zum Erfolg und zahlt auf einen exzellenten Kundenservice ein. Und genau das zeigt diese Auszeichnung.

GEWÄHLT ZUM KUNDENSERVICE DES JAHRES

Das bereits international bekannte Audit „Gewählt zum Kundenservice des Jahres“ prüft seit 2020 auch in Deutschland im Rahmen einer 10-wöchigen Mystery-Testreihe die Erlebnisse und Erfahrungen von Verbrauchern mit dem Kundenservice von Unternehmen. Ziel ist die Kundenservicequalität damit langfristig zu verbessern: Alle Hintergründe zu den Tests, der Methodik sowie weitere Preisträger finden Sie unter: www.kundenservicedesjahres.de

