

# WIR UNTERSTÜTZEN DABEI, ZIELE ZU ERREICHEN

„Im Tagesgeschäft sieht man oft den Wald vor lauter Bäumen nicht“, sagen Henning Ahlert, Geschäftsführender Gesellschafter und Jonas Leismann, Partner bei der Berliner Beratungsgesellschaft junokai, die sich auf die Bereiche Kundenservice, Telesales und Customer Experience spezialisiert hat. Mit TeleTalk haben sie über ihre Unternehmensphilosophie, den Beratungsansatz und ihre Kompetenzfelder gesprochen, aber auch darüber, welches Potenzial im Kundenservice noch in vielen Unternehmen schlummert.

**TeleTalk: Herr Ahlert, Sie haben 2013 ein Beratungsunternehmen mit der fachlichen Ausrichtung auf den Kundenservice gegründet. Wie kam es dazu?**

Henning Ahlert: Nach jahrelanger Verantwortung und Erfahrung in der Linie in großen Kundenserviceorganisationen wollte ich gerne wieder selbst im Detail Projekte durchführen. Der Kundenservice war, ist und wird für mich auch in Zukunft einer der strategischen Bereiche in den Unternehmen sein, aus dem in den meisten Fällen noch zu wenig Potenzial geschöpft wird. Die verfügbaren Technologien entwickeln sich schnell, aber nur wenige Unternehmen schaffen es aus eigener Kraft, auch mangels erfahrener Ressourcen, die Entwicklung des Service voranzutreiben. Sie sind in der Regel auf temporäre Unterstützung von außen angewiesen, um komplexe Projekte umzusetzen. Komplex, weil sie in eine laufende Betriebsorganisation eingreifen und meistens Personal, Organisation, Prozesse und Technik betreffen. Mit einem Team von erfahrenen Experten solche Projekte zu unterstützen und Unternehmen zu helfen, hervorragenden Kundenservice zu etablieren, dafür sind wir angetreten.

**Herr Leismann, Sie sind vor kurzem Gesellschafter bei junokai geworden. Was war Ihre Motivation hier einzusteigen?**

Jonas Leismann: Ich bin seit 25 Jahren im Kundenservice tätig, davon die meiste Zeit bei großen Contact Center Dienstleistern. So habe ich die Kundenservices sehr vieler Unternehmen in unterschiedlichsten Branchen kennengelernt und Einblicke in das gesamte Spektrum der Themen dort bekommen. Allerdings ist man als Contact Center Dienstleister ja oft eher die verlängerte Werkbank und so nur sehr eingeschränkt aufgefordert und in der Lage, die wichtigen Parameter im Kundenservice mit zu beeinflussen. Deshalb wollte ich aus einer anderen Perspektive und auf breiterer Ebene an Kundenservice-Themen arbeiten. Die Philosophie und der Beratungsansatz von junokai deckt sich mit meiner Sicht auf die Dinge, das hat sofort

gepasst. Und auch das Team, das aus 20 festangestellten Beratern und einem ergänzenden Netzwerk von Freelancern besteht, hat mich schon beeindruckt. Damit kann man etwas bewegen.

**Warum und für welche Themen oder Aufgabenbereiche nutzen Kundenservice-Verantwortliche ein Beratungsunternehmen wie junokai?**

Jonas Leismann: Wie Henning Ahlert schon sagte, ist es für interne Kundenservices nur schwer möglich, für alle anstehenden Themen und neue Entwicklungen fachlich geeignete und/oder zeitlich verfügbare Ressourcen bereitzuhalten. Wir unterstützen im Prinzip bei allen Themen, die einen Bereichsleiter im Kundenservice beschäftigen, wie etwa Organisation, Prozesse, Technologie und Digitalisierung. Tätig sind wir dabei im Bereich Konzeptionsberatung und -erstellung, im Projektmanagement aber auch bis hin zum Interim-Management in Fach- und Führungspositionen. Wir konzeptionieren also nicht nur, sondern setzen auch ganz konkret operativ um. Gut nachgefragt werden auch unsere sogenannten Gesundheitschecks, in deren Rahmen wir ganzheitlich oder auf bestimmte Themen wie WFM, Multichannel Contact Center Systeme oder Sales im Service fokussiert, die Aufstellung des Auftraggebers analysieren und Handlungsmaßnahmen zur Optimierung erarbeiten. Die Sicht von außen hilft häufig ungemein, da im Tagesgeschäft oftmals „der Wald vor lauter Bäumen nicht mehr gesehen wird“.

**Für welche Branchen und Unternehmen kommt eine Kundenservice-Beratung infrage?**

Jonas Leismann: Unsere Kunden kommen aus allen Branchen und Unternehmensgrößen, vom Start-up bis zum Konzern. Entscheidend ist ausschließlich, dass es einen Kundenservice gibt. Allerdings kann die Ausprägung bei den Kunden natürlich sehr unterschiedlich sein. Gerade bei Start-ups lässt sich ohne vorhandene „Altlasten“ von vorneherein ein sehr digital orientierter Kundenservice aufsetzen



Henning Ahlert, Managing Partner



Jonas Leismann, Partner

und entwickeln, während es für Unternehmen mit einem noch starken Interaktionsservice zwischen Kunden und Servicemitarbeiter über traditionelle Kanäle wie das Telefon meistens andere Beratungsschwerpunkte gibt.

### Was macht ein gutes Beratungsunternehmen im Kundenservice Ihrer Meinung nach aus und wie positionieren Sie junokai?

Henning Ahlert: Die Erfahrung der Berater in unterschiedlichsten Feldern im Service spielt sicher die größte Rolle. Aus meiner Sicht ist es nur möglich anderen zu helfen, wenn man selbst schon einmal in vergleichbaren Situationen war und seine positiven und vor allem auch negativen Erlebnisse und Ergebnisse erfahren hat. Nur dann weiß man, wovon man spricht. Und diese Erfahrung kann man nur selbst in der Linie oder in Beratungsprojekten erwerben. Berater vieler großer Beratungen haben eben diese Erfahrung nicht, wir können sie bieten. Wir haben dazu auch ein paar Beispiele mitgebracht, die den Lesern das Spezialistenwissen unserer Berater darstellen.

### Welche Rolle wird die Digitalisierung im Kundenservice in den nächsten Jahren spielen?

Jonas Leismann: Die Digitalisierung wird die gesamte Gesellschaft und so auch den Kundenservice verändern. Zum einen wird es um die Digitalisierung des Kundendialogs durch Voice- und Chatbots gehen und zum anderen um die Automatisierung, bzw. Robotisierung der Geschäftsprozessbearbeitung. Ein weiteres Thema ist die Unterstützung der Handlungen der Kundenberater auf Basis der intelligenten Analyse von Kundendaten wie etwa Next Best Offer oder Action. Zunächst werden nur die einfachen und immer wiederkehrenden Prozesse automatisiert. Mit zunehmender Entwicklung der Technologien wird sich das schrittweise auch auf komplexere Vorgänge erweitern.

### Was benötigen Kundenservice-Verantwortliche, um die Digitalisierung zu gestalten? Und wie stellen Sie sich als Beratungsunternehmen darauf ein?

Henning Ahlert: Nach wie vor ist eine klar definierte Strategie der Ausgangspunkt für jeden Kundenservice. Es ist unmöglich,

alle interessanten, vor allem technologiegetriebenen Themen zu verfolgen. Wenn man aber sein Ziel kennt, egal ob die Verbesserung der Customer Experience, mehr Verkauf im Service, Produktivitätssteigerung, Qualitätsverbesserung oder Kostensenkung, dann kann man gezielt die Roadmap mit Maßnahmen erstellen, um dieses Ziel zu erreichen. Häufig hapert es bereits an der klaren Zielformulierung. Gerade für die Digitalisierung benötigt man Mitarbeiter, die ein anderes Fertigkeiten-Profil haben, als es in den meisten Serviceeinheiten vorhanden ist. Customer Service Engineers müssen her.

### Customer Service Engineers? Können Sie diesen Begriff für unsere Leser näher erläutern?

Henning Ahlert: Ja, gern. Darunter verstehen wir Mitarbeiter, die in der Lage sind, einen Contact Center Fertigungsbetrieb nicht nur mit den traditionellen Positionen, die wir kennen (Agent, Teamleiter, Qualitätsmanager, Reporter usw.) zu managen, sondern solche, die neue Konzepte und Technologien für den Kundenservice konzipieren, anwenden, implementieren und weiterentwickeln können. Solche Experten sind rar am Markt, umso schwieriger ist es, diese Mitarbeiter zu finden und für eine Tätigkeit im Kundenservice (und hier speziell für Contact Center) zu motivieren. Experten für KI, Robotisierung und Self Care können sich heute die Jobs aussuchen. Da muss man diese Leute schon gezielt für das eigene Unternehmen und den Service begeistern. Darüber sollte sich jeder Serviceverantwortliche klar werden.



#### junokai sind die Spezialisten für den Kundenservice

- Beratung
- Projekt Management
- Consulting Services
- Interim Management

#### junokai GmbH

Schumannstraße 17, 10117 Berlin  
Tel.: +49 (0)30 577048990  
E-Mail: info@junokai.de

#### Kontakt:

Jonas Leismann, Partner  
jonas.leismann@junokai.de  
0800-junokai, www.junokai.de

## „Service macht den Unterschied“

Unser Beratungsportfolio ist entlang der gesamten Customer Journey ausgerichtet. Das bedeutet, wir bündeln in unserem Beratungsansatz alle Kompetenzfelder für ein ergebnisbezogenes Kundenbeziehungs-Management. Hier lernen Sie einige unserer 20 festangestellten junokai Berater über verschiedene Senioritätslevel und fachliche Schwerpunkte hinweg kennen.



**RALF DINTER**, Senior Berater: „Mit über 20 Jahren Erfahrung in allen operativen Facetten des Kundenservice, wie Operationsmanagement, Vendormanagement, Sales after Service, Qualitymanagement, Training und Projektmanagement, bin ich sowohl Inhouse als auch auf der Vendorenmehrheit in verschiedensten Branchen von Technologie über Finanzen bis zur Telekommunikation zuhause. Analyse und Optimierung von Prozessen mit Blick für das große Ganze leiten meine Arbeit.“

**GERHARD KLOSE**, Senior Berater: „Als studierter Maschinenbauer bin ich vor fast 25 Jahren eher zufällig zum Kundenservice gekommen und habe dann auf dem Weg vom Call Center-Agent bis zum Geschäftsführer hautnah die ganze Bandbreite an Themen kennengelernt, die unsere Branche bietet. Seit 2009 helfe ich als Senior-Berater vielen Unternehmen, ihren Kundenservice zu verbessern – vor allem in den Bereichen Strategie, Organisation und Operational Excellence.“



**FELIX PRÖMEL**, Partner: „Nachdem ich mehrere Jahre im Kundenservice eines TK-Anbieters tätig war, habe ich meine Berufung in der Beratung gefunden. Hier kann ich zusätzlich auch meine Kompetenzen als Wirtschaftsjurist und LL.M. für Informationsrecht einbringen. Ich steuere Projekte u.a. in den Bereichen Digitalisierung, Anbieterauswahl, Compliance sowie Qualitäts- und Effizienzsteigerung und habe Freude daran, mit meinem Team die Ziele unserer Kunden zu verwirklichen.“

**CARLOS CARVALHO**, Senior Berater: „Mit über 20 Jahren im Customer Service in unterschiedlichen Funktionen, betreue ich jetzt seit mehr als 4 Jahren bei junokai im Schwerpunkt Themen und Projekte rund um die digitale Transformation wie Web/App Selfservice Lösungen, Cognitive Digitale Agenten im Voice Bereich sowie Automatisierung (Robotics) und KI im Kundenservice.“



## „Wir konzipieren nicht nur, sondern setzen konkret um“



**JÜRGEN MARX**, Senior Berater: „Auch nach 20 Jahren im Kundenservice mit Schwerpunkten im Commercial Management, Strategischem Outsourcing Management und Aufbau von Contact Center Strukturen, stelle ich fest - kein Projekt und kein Kunde ist gleich. Das ist das Spannende und Herausfordernde. Immer wieder gilt es, Prozesse zu optimieren und Effizienz und Qualität zu steigern. Das ist mein Anspruch.“

**AARON SCHMIDT**, Junior Berater: „Seit nunmehr knapp 4 Jahren sammle ich leidenschaftlich neue Erfahrungen im Kundenservice. Angefangen als Agent, habe ich nach rund 6 Monaten bereits im Trainingsbereich gearbeitet, als Teamleiter mein eigenes Team gehabt und war verantwortlich für knapp 100 Mitarbeiter im Bereich Sales. Zudem habe ich durch verschiedene Projekte einen wertvollen Erfahrungsschatz im Nearshore-Bereich aufbauen können.“



**STEFAN REISSING**, Junior Berater: „Seit fast 10 Jahren steht die optimale Zusammenkunft von „Kunden“ und „Service“ bei mir Mittelpunkt. Mit viel operativer Erfahrung aus unterschiedlichen Contact Centern, habe ich mich auf Sprachanalyse als Teilbereich der Interaktionsanalyse spezialisiert. Um Speech Analytics Tools richtig einzusetzen und mit den Erkenntnissen die relevanten KPIs zu optimieren, braucht es jahrelange Erfahrung, die ich – gepaart mit viel Leidenschaft – für unsere Kunden einbringe.“

**UDO OCIEPKA**, Senior Berater: „Seit über 20 Jahren im Customer Service-Umfeld sind technische Systemlösungen namhafter Hersteller mein Spezialgebiet. Als zertifizierter Administrator und IT-Manager war ich bei einem Telekommunikationsunternehmen für die gesamte Systemlandschaft verantwortlich. Seit der Firmengründung von junokai habe ich viele Kunden bei erfolgreichen Optimierungen, Ausschreibungen von neuen Omni-/Multi-Channel-Lösungen sowie deren Implementierungen unterstützt.“

