

# freenet Kundenservice

Weniger ist mehr: Das Prinzip werthaltiger Kundenkontakte

# freenet Kundenservice durch Capita

Die freenet AG ist einer der führenden deutschen Digitalanbieter für mobile Kommunikation, Internet und TV – einfach und flexibel aus einer Hand.

## freenet in Zahlen



**2,5**  
Umsatz Mrd. EUR



**7,600** Mio.  
POSTPAID-ABONNENTEN



**2,437** Mio.  
TV-ABONNENTEN



**3.167** Tsd.  
MITARBEITENDE

## Unsere Brands



BPO  
weitere

Grundsätzliche  
Annahme:

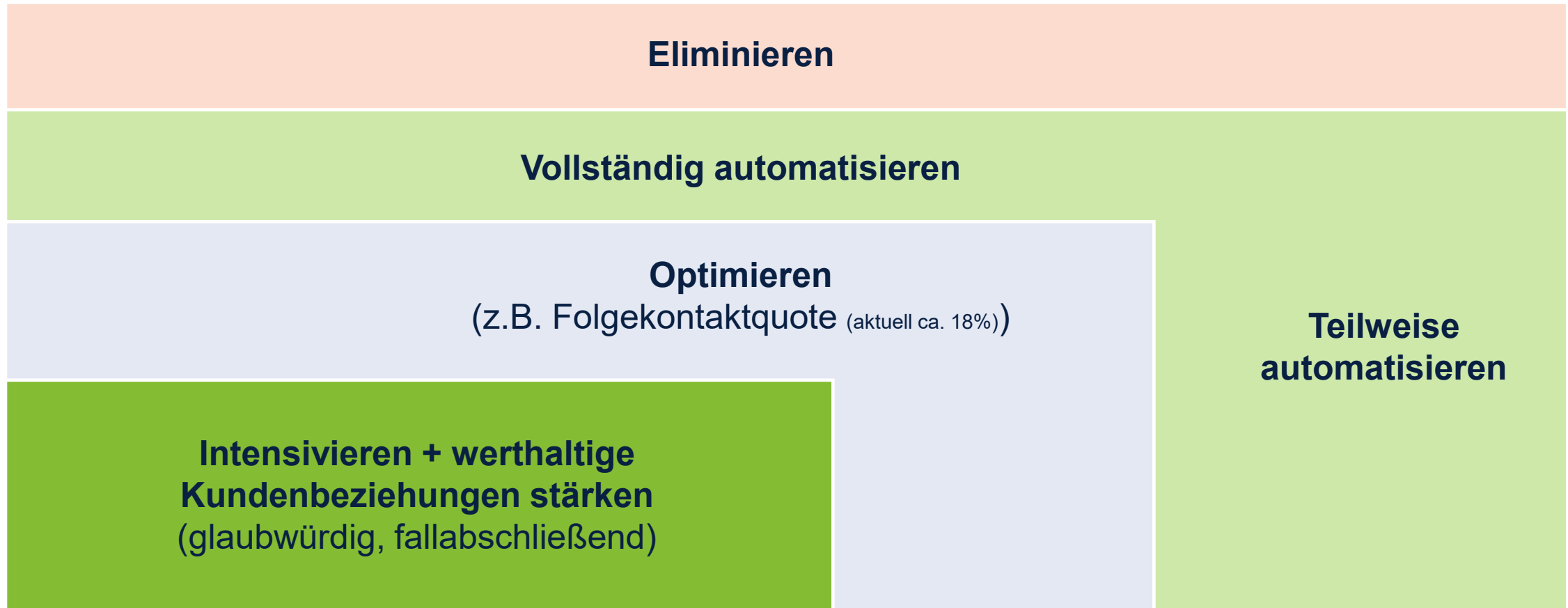
*Zufriedene Kunden  
melden sich  
nicht im  
Kundenservice.*

# Unsere Kernprinzipien

1. **Eliminate dumb contacts** – unnötige oder wiederholte Kundenanfragen vermeiden.
2. **Create engaging self-service** – Intuitive, digitale Selbsthilfemöglichkeiten schaffen
3. **Be proactive** – Probleme frühzeitig erkennen und proaktiv lösen
4. **Make it easy to contact your company** – einfache Kontaktwege bieten
5. **Drive the action across the company** – Die Initiative im gesamten Unternehmen verankern
6. **Listen and act** – Kundenfeedback ernst nehmen und umsetzen
7. **Deliver great service experiences** – wenn Service nötig ist, muss er glaubwürdig und fallabschließend sein

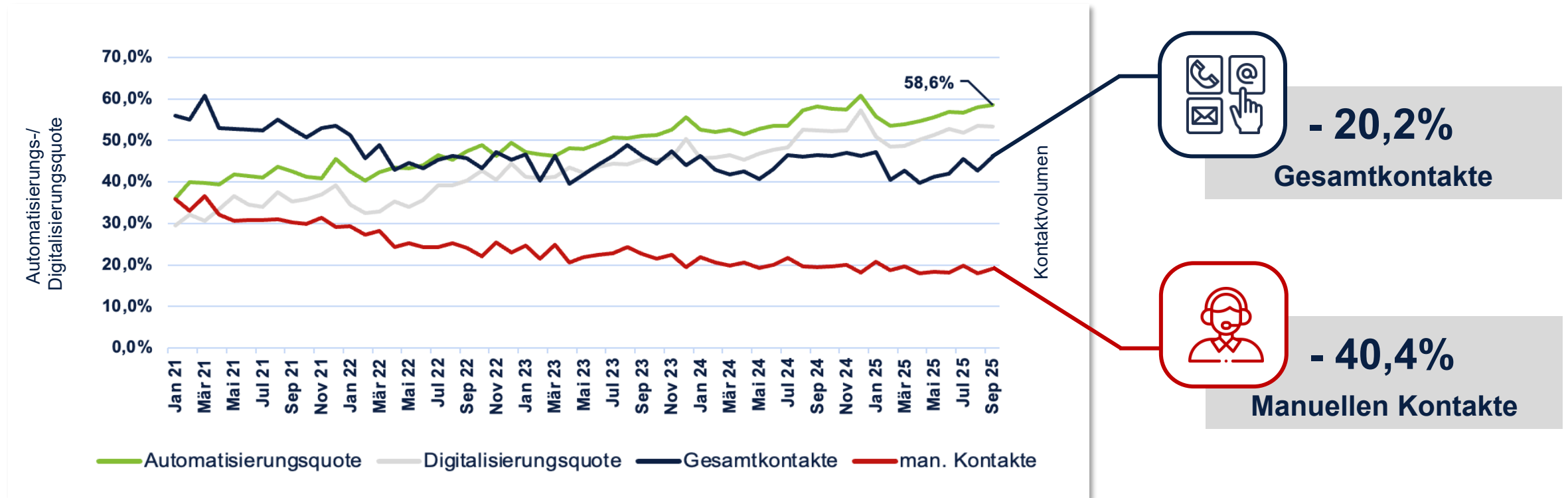
# Unser Weg – Prozesse, Prozesse, Prozesse

Ohne echtes Zuhören, bleibt jede Strategie blind.



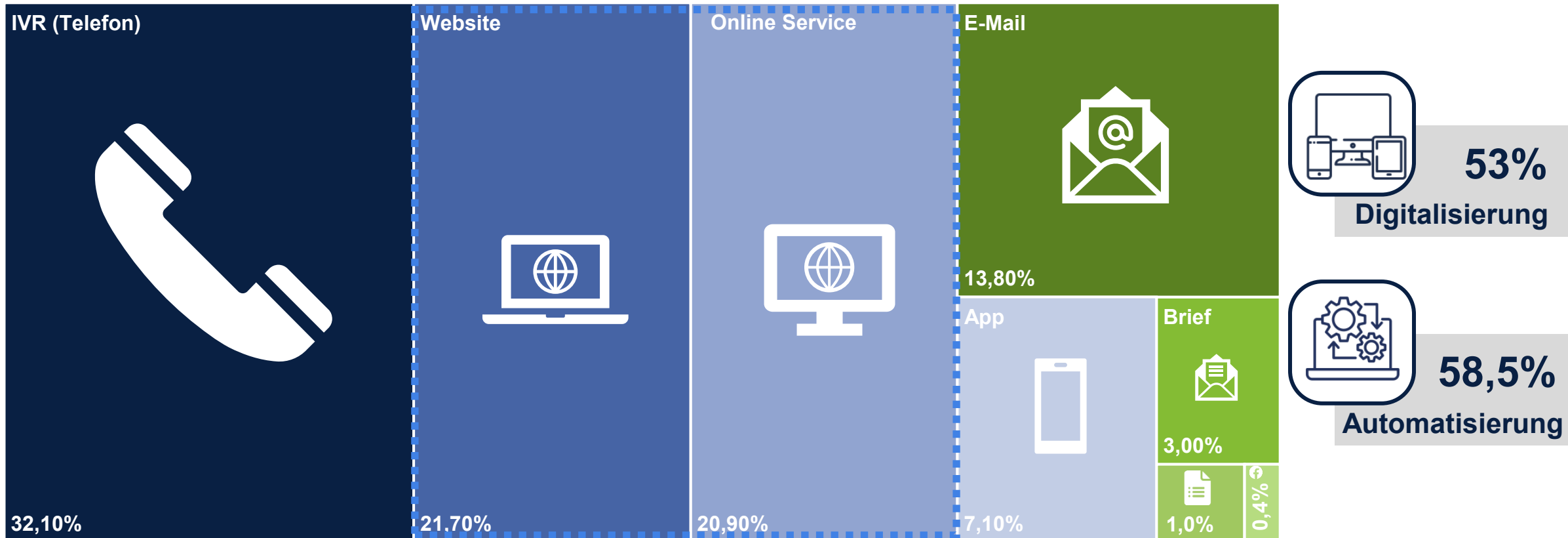
# Entwicklung Kundenkontakte 2021 - 2025

Treiber: Datenbasierte Ursachenanalyse, verbesserte Kundenkommunikation, intelligente Automatisierung & ein starker BPO-Partner



# freenet Kundenkontakte nach Kontaktkanal

Rund 53% aller Service-Interaktionen über digitale Kontaktkanäle



# Unser Weg zur Kontaktreduzierung

## 100% Business Process Outsourcing mit CAPITA

### Leistungsumfang

- Erbringung Servicedienstleistung, inkl. Sales (Inbound)
- 100% Outsourcing-Modell (BPO) (alle Prozesse, inkl. Near-Shore-Mgmt., CRM-Tool)



### Gleiche Interessen

- Reduzierung nicht werthaltiger Kundenkontakte (Partnerschaftsmodell)
- Einhaltung Performance-KPI (Malus/Bonus)



### Verantwortung & Governance

- Verantwortung Customer Journey liegt zu 100 % bei freenet
- Vereinbartes Governance-Modell



### Innovation & Zusammenarbeit

- Gemeinsame Initiativen zur Digitalisierung / Automatisierung
- Zusammenarbeit auf Augenhöhe



# Mission erfolgreich – mit Nebenwirkungen!



## Problem

### Kontaktreduzierung vs. Sales-Ziel

- Kontaktreduzierung mindert Verkaufschancen

### Operative Herausforderungen

- Komplexität bleibt → hoher Anspruch an Mitarbeitende
- Volumengeschäft vs. Varianzen in Aussagen



## Lösung

### Stabilisierung Inbound-Sales

- Volumen „de-digitalisieren“?
- KI-Agententools (Agent-Assist) steigern Conversion-Rates ("Next Best Action")

### Automatisierung, KI-Einsatz

- LLM-Automatisierung bringt höhere Qualität in Bearbeitung
- Training eines LLM-Voicebots zur Lösung komplexer Anliegen

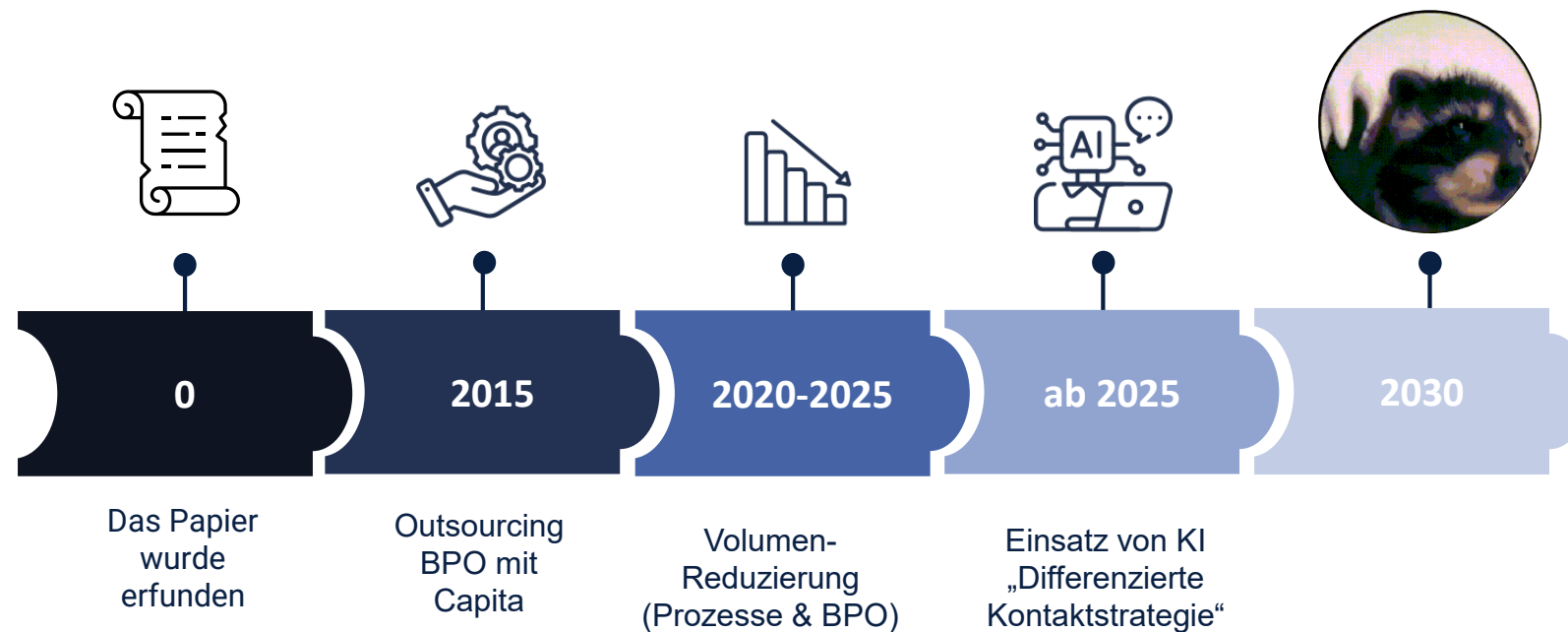
### Neue Kompetenzen & Qualitätsoptimierung

- Anforderung an Mitarbeitende: KI-gestützte Beratung
- KI nutzt Gesprächsdaten für ständige Analyse (Optimierung) der Servicequalität.



# Das Prinzip werthaltiger Kundenkontakte

Erfolgreiches BPO-Modell, wirksame Kontaktreduzierung und KI als Treiber der nächsten Evolutionsstufe



# Vielen Dank.

## Kontakt

Freenet AG  
Timo Sievers | Head of Customer Service Management  
[timo.sievers@freenet.ag](mailto:timo.sievers@freenet.ag)