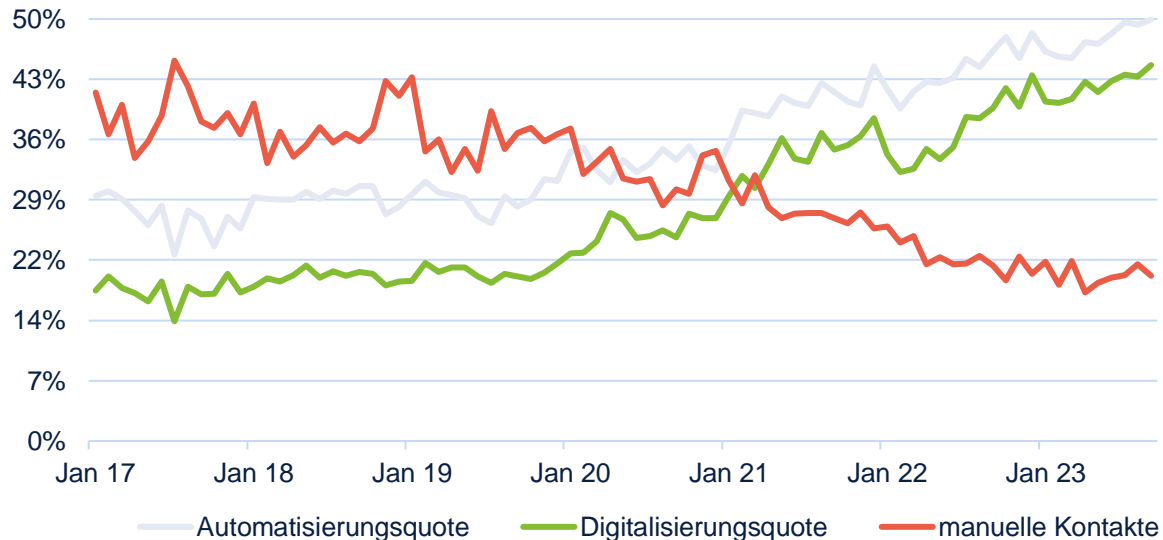


Kundenservice bei freenet – Anspruch und Realität

Service Summit 2023

freenet Kontaktentwicklung 2017 - 2023

Warum legen wir Wert auf Digitalisierung im Kundenservice?



Quelle: Tracking_channel_shifts_freenet_update_v21, Stand September 2023

+ 27 %
Digitalisierungs-
quote

- 53 %
manuelle
Kontakte

Kundenservice bei freenet

Mobilfunk. Internet. TV-Entertainment.

BPO



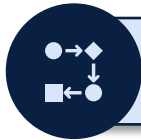
weitere



Herausforderungen im Telekommunikationsmarkt

Komplexität. Kommunikation. Geschwindigkeit.

Komplexität + Kommunikation



Komplexität der **Prozesse**



Umfang der **Produkte**



Verständliche **Kundenkommunikation**



Sichtbarkeit Kundenservice im Konzern

Techn. Entwicklungen und Nutzung von **KI-Technologien**



Datensicherheit & Regulierung



Kundenbindung & Churn



Fluktuation & Recruiting von Mitarbeitenden

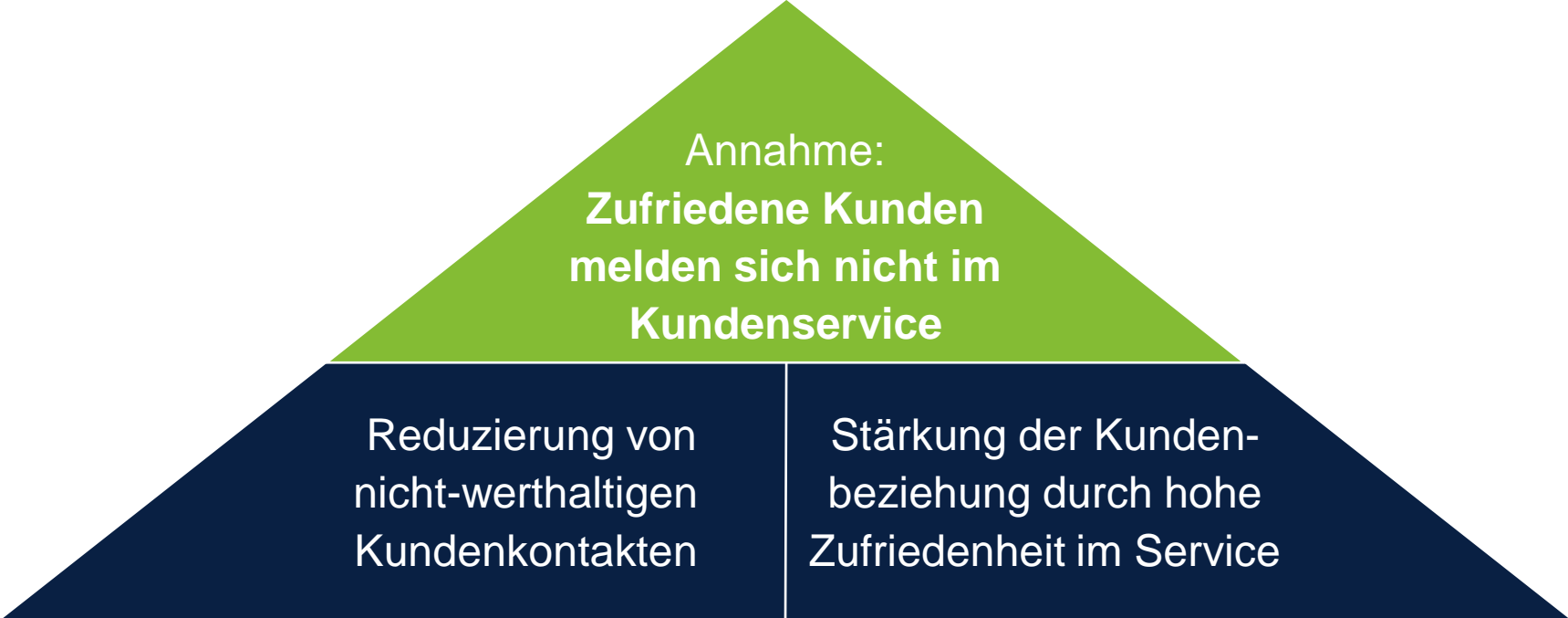


Geschwindigkeit + Veränderung

Anspruch und Realität



Unser Ziel



Annahme:
Zufriedene Kunden
melden sich nicht im
Kundenservice

Reduzierung von
nicht-werthaltigen
Kundenkontakten

Stärkung der Kunden-
beziehung durch hohe
Zufriedenheit im Service

Und jetzt?



100 % BPO – freenet Partnerschaft mit Capita

Strategische Partnerschaft mit gleichen Interessen

BPO-Modell

- 100 % Outsourcing
- Langfristige Partnerschaft



Vergütung

- Cost per Customer (CpC)
- Variable Vergütungslogik seit Januar 2023



Kernpunkte Partnerschaft

- Erbringung Servicedienstleistung, inkl. Inbound-Sales
- Einhaltung Performance- + Qualitätsziele (Malus- / Bonus-Vereinbarung)
- Customer-Journey Verantwortung bei freenet
- Gemeinsame Digitalisierungs- / Automatisierungsinitiativen
- Change-Prozess für Veränderungen

„Qualität der Zusammenarbeit ist der Schlüssel zum Erfolg.“

Konsequenz

- Gleiche Zielvorstellungen + Augenhöhe
- Steigerung Kundenzufriedenheit
- Planbare Kosten + planbarer Umsatz

DCA-Ansatz zur Reduzierung nicht-werthaltiger Kontakte

Kontaktreduzierung auf Basis von Kenntnissen zu Kontaktgründen und Prozessen

D

Digitalisation

Channel Shift in digitale Kontaktkanäle

C

Contact Reduction

Vermeidung nicht-werthaltiger Kontakte

A

Automation

(Teil-) automatisierte Bearbeitung

mtl. Kontaktgrundanalyse durch
Channel Shift Tracking + Zuhören

Ableitung von **Thesen**
+ **Maßnahmen**

Optimierung von Prozessen und
Kommunikation

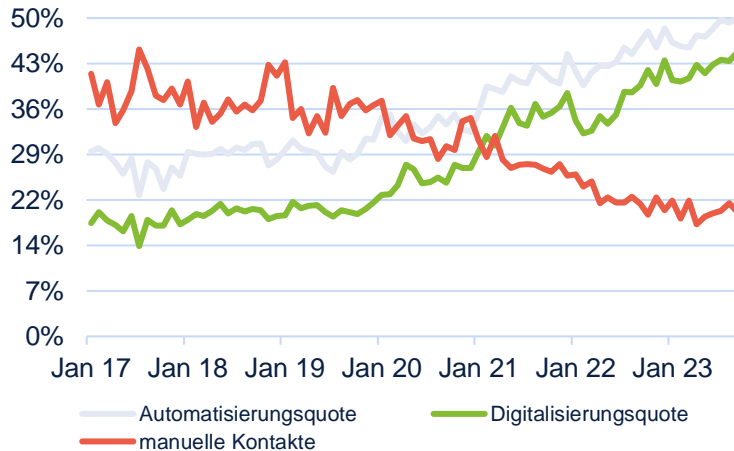
Aktivitätentracking zur
Erfolgsmessung + Entscheidung
über Umsetzung in Standardbetrieb

Wo stehen wir heute?

Digitalisierung + manuelle Kontakte

Weniger Kundenanfragen durch einfache Prozesse und verständliche Kommunikation

freenet Kontaktentwicklung 2017 - 2023



Quelle: Tracking_channel_shifts_freenet_update_v21, Stand September 2023

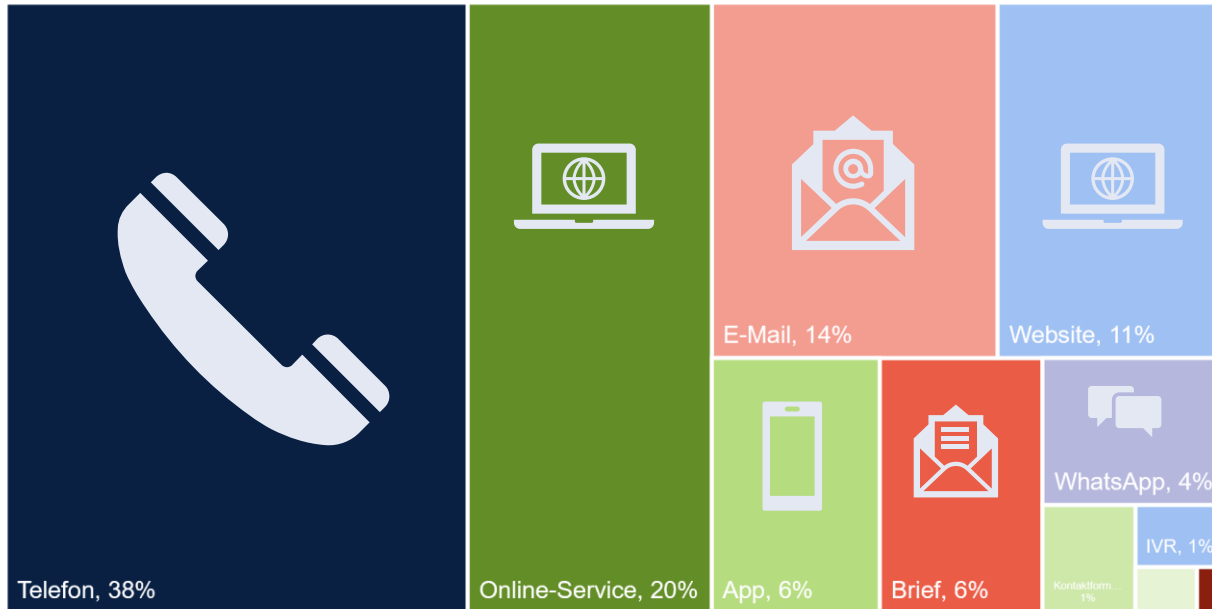
Top Treiber:

- Gleiche Interessen im BPO-Modell
- Steigerung der digitalen Affinität
- Nutzung Online-Service und App
- Neuer Hilfe- & Kontaktbereich
- Überarbeitung von Schreiben und FAQs
- Neuer Prozess zur Rufnummernmitnahme

Wo stehen wir heute?

Kundenkontakte nach Kanal (Marke: freenet)

Rund 42% aller freenet Kundenkontakte über digitale Kontaktkanäle



Kontakte / Transaktionen pro Monat in 2023 (Durchschnitt)
Quelle: Tracking_channel_shifts_freenet_update_v21, Stand August 2023

42,1 %
Digitalisierungsquote

47,7 %
Automatisierungsquote

Fazit – Anspruch und Realität

Eigene Abläufe hinterfragen und pragmatisch bleiben.



1

Richtige Entscheidung für 100 % BPO-Modell mit CpC-Vergütung

2

Fokus auf Prozesse / Kommunikation + konsequente Reduzierung nicht-werthaltiger Kundenkontakte

3

Zuhören, Interesse für Details, Veränderungen wagen und Pragmatismus

4

Kundenservice im Konzern sichtbar machen und Fürsprecher gewinnen

Vielen Dank.

CSM – Kundenservice mit Leidenschaft und Konfetti.