

IRRUNGEN UND WIRRUNGEN

Frédéric Monard

ZERTIFIZIERUNGEN IM SERVICEUMFELD In der heutigen Zeit ist es für viele Unternehmen nicht einfach, sich von ihren Mitbewerbern aufgrund der Qualität der Leistungen und Produkte zu differenzieren. Auftraggeber sind selbständiger und kritischer geworden und legen grossen Wert auf gute Betreuung und optimalen Service. Eine Zertifizierung der Qualität im Bereich Customer Care wird daher mehr und mehr zum Thema. Welche Zertifikate gibt es auf diesem Gebiet und wofür stehen sie?



«Für unsere Marke sind ausgezeichnete Serviceleistungen Pflicht. Seit 2008 lassen wir deshalb unseren Leserservice regelmässig von PIDAS-Experten durchleuchten. Dadurch sind unsere Verbesserungsinitiativen zielgerichtet, effizient und auf unsere Kunden ausgerichtet.»
Mario Hast, Leiter NZZ Mediengruppe Contact Center
Neue Zürcher Zeitung, Zürich

Die europäisch für die Qualitätskontrolle von Unternehmen aus dem Bereich Customer Care am häufigsten eingesetzten und auch anerkanntesten Zertifizierungen basieren entweder auf den Anforderungen der ISO-Norm 9001:2008 oder der Zertifizierungsnorm EN 15838 für Customer Contactcenter bzw. auf einer Kombination von beiden. Die internationale Organisation IQNet Association mit Head Office in der Schweiz führt diese Zertifizierungen mithilfe eines globalen Partner-Netzwerkes weltweit durch und sorgt dafür, dass die Richtlinien für die Zertifizierungen flächendeckend eingehalten werden. In der Schweiz ist beispielsweise die SQS (Swiss Association

for Quality and Management Systems) – Gründungsmitglied der IQNet Association – zuständig, in Österreich ist es die Quality Austria – Trainings-Zertifizierungs- und Begutachtungs GmbH und in Deutschland zeichnet die DQS Holding GmbH (Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen für die Zertifizierungen verantwortlich.

ISO 9001:2008 und EN 15838

Die ISO-Norm 9001:2008 basiert auf dem Prozessmodell, ist auf eine ständige Verbesserung des Qualitätsmanagementsystems ausgerichtet und stellt vor allem einen Nachweis für die interne Umsetzung bestimmter Standards dar. Die Zertifizierungsnorm EN 15838 setzt sich hauptsächlich die Verbesserung der Qualität, die Kosteneffizienz durch bessere Prozesse und die Mitarbeiter- und Kundenorientierung zum Ziel. Während die ISO-Norm 9001:2008 also vor allem nach innen fokussiert, spielen für die Customer-Contactcenter-Zertifizierungsnorm EN 15838 auch externe Faktoren wie Kundenzufriedenheit und soziale Verantwortung eine Rolle. Um beide Bereiche abzudecken, wählt man heute daher in der Regel eine kombinierte Zertifizierung, die beide Normen mit einbezieht.

Wahlweise kann die EN 15838-Norm auch mit anderen Zertifizierungen kombiniert werden. So zum Beispiel mit der GoodPriv@cy/DSG, VDSZ (Datenschutzmanagementsystem), mit ISO 27001 (Informationssicherheitsmanagementsystem), ISO 20000-1 (IT-Servicemanagementsystem, ITIL), oder dem Gütesiegel DirektMarketing/ Telemarketing (Ehrenkodex SDV/ Callnet.ch).

Österreich führte vor einigen Jahren im Bereich Customer Care eine eigene Qualitätsnorm ein, die ÖNORM D 1020, ursprünglich Callcenter-Norm genannt. Auch diese Norm basiert hauptsächlich auf der Zertifizierungsnorm EN 15838.

Was wollen und können Unternehmen durch eine Zertifizierung erreichen?

Der Nutzen einer Zertifizierung findet sich sowohl firmen-

intern als auch extern. Intern werden die Kommunikation und Teamprozesse verbessert und gefördert, die Zertifizierungs-Auditoren zeigen Verbesserungspotenziale auf und das interne System wird gefestigt. Extern sind vor allem der Aufbau und die Festigung von Vertrauen und Anerkennung durch die Kunden, Geschäftspartner, Behörden, Lieferanten, Banken und Versicherungen durch einen vertrauenswürdigen Marktauftritt zu nennen.

Ein Spezialfall sind Firmen, die im Bereich Telemarketing tätig sind. Diese sehen sich heute beinahe gezwungen, sich ein Qualitäts- oder Gütesiegel ausstellen zu lassen, da der Bereich Direct Marketing übers Telefon in Verruf geraten ist und von Konsumenten regelrecht als Belästigung empfunden wird. Aus diesem Grund hat die SQS in Zusammenarbeit mit der SDV (Schweizer Direktmarketing Verband) und Callnet.ch (Swiss Contact Center Association) das bereits weiter oben erwähnte Gütesiegel Direkt-Marketing entwickelt, das ebenfalls auf den Normen ISO 9001:2008 aufbaut und zusätzlich den Ehrenkodex Direct Sales (SDV) und den Ehrenkodex Telefonmarketing im Privatbereich (B2C)(Callnet.ch/ SDV) integriert.

Wodurch unterscheidet sich die PIDAS-Zertifizierung?

Während die ISO 9001:2008 und die EN 15838-Zertifizierungen sich vor allem auf den Ist-Zustand von Customer-Care-Organisationen konzentrieren und somit eine eher «statische» Analyse vornehmen und dafür ein Gütesiegel ausstellen, hat die PIDAS AG eine eigene dynamische Zer-

tifizierung entwickelt, die über eine einfache Analyse weit hinausgeht: Das PIDAS Certified Customer Care Assessment (CCCA) geht ursprünglich auf eine Initiative der PIDAS-Kundin Tamedia aus dem Jahre 2006 zurück. So entwickelte die PIDAS aufgrund der Zusammenarbeit mit Tamedia das bestehende Assessment-Konzept zu ein-

em umfassenden Zertifizierungsprogramm weiter. Nebst dem Aufzeigen der individuellen Schwachstellen und des Verbesserungspotenzials zur Optimierung der jeweiligen Serviceleistungen wird in diesem Programm zusätzlich auch die Kundenperspektive eingenommen, und die Service-Organisation wird mittels Mystery Calls und E-Mails aktiv auf ihre Funktionalität und Effizienz getestet. Zu-



«PIDAS AG hat eine dynamische Zertifizierung entwickelt, welche Entwicklungspotenziale konkret aufzeigt und auch Benchmarks und die Kundenperspektive aktiv in die Analyse mit einbezieht.» Frédéric Monard, Leiter Consulting, Mitglied der Geschäftsleitung PIDAS AG Basel.

dem vergleicht PIDAS die so erzielten Resultate auch mit internationalen und branchenspezifischen Benchmark-Werten. Kann die untersuchte Organisation die Anforderungen des PIDAS-Leistungskataloges erfüllen, so erhält die Organisation die Berechtigung zur Führung des Konformitätszeichens «PIDAS Certified Customer Care» für die nächsten zwei Jahre. Massgeblich für die erfolgreiche Zertifizierung ist das Abschneiden in der Kundenperspektive!

Die PIDAS-Zertifizierung geht somit einen Schritt weiter als die beschriebenen ISO- und EN Zertifizierungen, da sie Entwicklungspotenziale konkret aufzeigt und auch Benchmark und Kundenperspektive aktiv in die Analyse mit einbezieht. Das PIDAS-Zertifikat kombiniert so Theorie und Praxis auf optimale Weise, was sowohl dem internen Service Team als auch den Kunden zu Gute kommt. Dass das Konzept sich in der Praxis bewährt, beweist die Tatsache, dass bereits über 50 Unternehmungen unterschiedlicher Branchen am CCCA-Zertifizierungsprogramm teilgenommen haben. Damit ist das Konformitätszeichen PIDAS Certified Customer Care das in der Schweiz zurzeit mit Abstand am weitesten verbreitete Zertifikat im Bereich Customer-Care-Qualität. ■



Beim PIDAS Certified Customer Care Assessment handelt es sich um eine dynamische Zertifizierung unter Berücksichtigung der Kundenperspektive.



PIDAS - The Customer Care Company

Frédéric Monard

Leiter Consulting, Mitglied der Geschäftsleitung

St. Jakob-Turm, Birsstrasse 320

CH-4052 Basel

Telefon +41 61 278 00 89

www.pidas.com

www.kundenserviceblog.com

www.servicelandschaft.com