

Top Service Exzellenz Frühstück: Österreichische Post AG präsentierte Erfolgsfaktoren im Kundenservice

Autor: Dr. Ricki Weiss

16.02.16 08:51



Wien (A) **Das neue Post Kundenservice-Center in der Bahnsteggasse 17-23 im 21. Bezirk war am 12. Februar 2016 die ideale Location, um sich dem Thema „Wertewandel im Konsumentenkontakt der Österreichischen Post AG“ zu widmen und dabei die Erfolgsfaktoren für Top-Leistungen im Kundenservice zu beleuchten. Veranstalterin Dr. Barbara Aigner, Geschäftsführerin von Top Service Österreich, und Gastgeber DI (FH) Andreas Konrad, Leiter Kundenservice Österreichische Post AG, begrüßten zahlreiche Service-interessierte Gäste aus unterschiedlichen Branchen zum mittlerweile bereits dritten Top Service Exzellenz Frühstück.**

DI (FH) Andreas Konrad (Leiter Kundenservice Österreichische Post AG), Dr. Barbara Aigner (Initiatorin Top Service Österreich), Christoph Pantzer, MSC (Produkt-, Projekt-, Kampagnen Management Österreichische Post AG)

Dr. Barbara Aigner, Initiatorin des Top Service Österreich Wettbewerbs, stellte in ihrem Intro die hohe Bedeutung von Servicequalität in den Fokus und analysierte, wie Unternehmen aufgestellt sein sollen, damit diese auch beim Kunden optimal ankommt. Damit Kundenorientierung zum Erfolg wird, muss sie zum einen in der Unternehmenskultur verankert, zum anderen vom Top Management gefördert und letztlich von allen gelebt werden. Dass Kundenorientierung sich rechnet, hätten die meisten Unternehmen bereits verstanden, so Aigner, ein Investment in Werte und Kunden steigert die Wiederkaufabsicht und damit klar den finanziellen Erfolg eines Unternehmens. DI Andreas Konrad gab in seinem Vortrag spannende Einblicke in die vielschichtigen Prozesse, die den Kunden und seine Bedürfnisse klar ins Zentrum des Handelns stellen und so den bereits initiierten Wertewandel im Konsumentenkontakt höchst erfolgreich vorantreiben. Zahlreiche Maßnahmen wie Steigerung der Effizienz durch modernste Informationstechnologien, Vereinfachung der Prozesse, innovative Personalplanung, künftige Kundenkommunikation über alle Kanäle sowie ein dynamisches Wartezeitsystem und die Entwicklung einer Wohlfühl-Filiale steigern nicht nur die Kundenzufriedenheit nachweislich, sondern fördern auch das frische Image des Unternehmens. Mit durchschnittlich 450.000 registrierten Kundenkontakten pro Tag hat die Österreichische Post somit viele Chancen für positive Kundenerlebnisse und einen unglaublich hohen Multiplikator, erklärt DI Andreas Konrad resümierend.



Mag. Sasa Djordjevic (VAMED-KMB), MMag. Sabine Zotter (Generali Versicherung), Christoph John (Smatrics), Oliver Strobl (tobaccoland Handels GmbH & CO KG)

Service-Expertin Dr. Barbara Aigner und Gastgeber DI Andreas Konrad freuten sich über die begeisterten Rückmeldungen aus dem Publikum, mit dabei waren unter anderem Milosch Alexander Godina, COO von Tele2Tekocommunication, Robert Hebenstreit, COO von Santander Consumer Bank, Jörg Alpers von Hutchison Drei Austria, MMag. Sabine Zotter von der Generali Versicherung, Martina Thek von Kapsch BusinessCom, Mag. Sasa Djordjevic von VAMED-KMB, Christoph John von Smatrics, Wolfgang Klaushofer von CPB SOFTWARE AG, Eva Maria Leitner und Patrick Krückeberg, beide von DHL Express Austria, Susanne Blaha von A1 Telekom Austria AG, Christoph Pongratz von D.A.S. Rechtsschutz, Oliver Strobl von tobaccoland Handels GmbH, Dr. Annika Wolf von PHH Rechtsanwälte sowie **Maria Bürger von Qualysoft.**



Eva Maria Leitner (DHL Express Austria), Milosch Alexander Godina (Tele2 Telekommunication GmbH), Dr. Annika Wolff (PHH Rechtsanwälte)



Jörg Alpers (Hutchison Drei Austria), Georg Mack (MACK Call Center Consult), Mag. Sasa Djordjevic (VAMED-KMB), Patrick Krückeberg (DHL Express Austria) (Fotos: Christian Dusek)