



SKODA



Nutzfahrzeuge

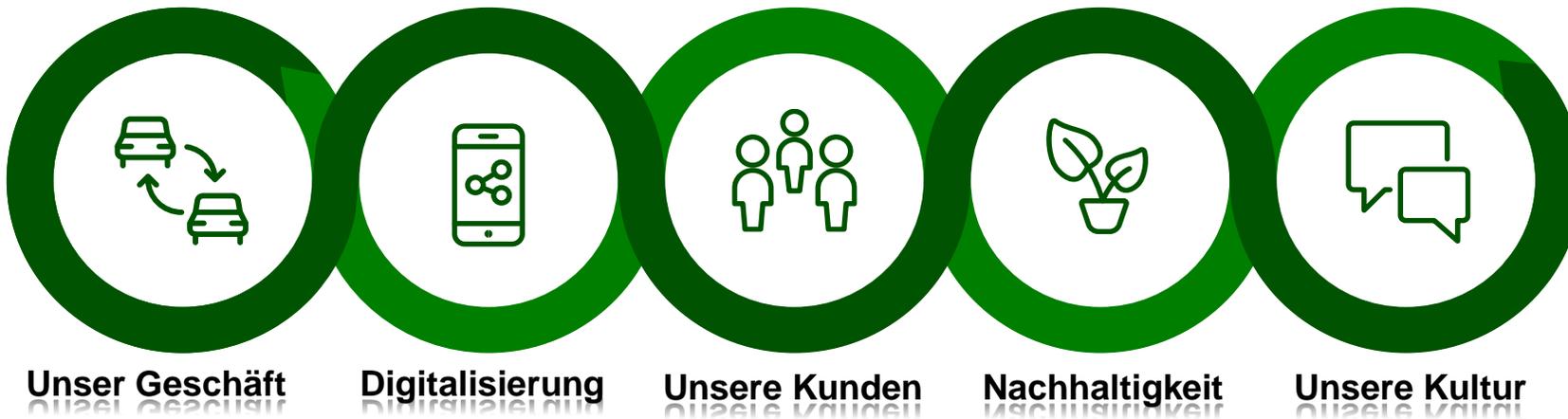
# Marketplace «Quality Offensive»

Oliver Stegmann, Olivier Häusermann

# Strategie Scorecard AMAG Group

Schwerpunkte	Ziele	KPI	Zielerreichung	Trend Ab sofort
 <b>Unser Geschäft</b>	Kerngeschäft	<b>Value Added</b>	●	↑
	Kerngeschäft	<b>Marktanteil</b>	●	↑
	Kerngeschäft	<b>EBIT (operativ)</b>	●	↑
 <b>Unsere Kunden</b>	Vertrauen & Zufriedenheit	<b>Kundenzufriedenheit</b>	●	↑
	Langfristige Beziehungen	<b>Loyalisierungsindex</b>	●	↑
	Reputation bei Stakeholdern	<b>Reputationsindex</b>	●	↑
 <b>Digitalisierung</b>	Customer Journey	<b>Online Sales und Conversion</b>	●	↑
	Digitale Prozesse	<b>Effizienz-Ratio</b>	●	↑
	Datenbasierte Transformation	<b>Digitaler Reifegrad</b>	●	↑
 <b>Nachhaltigkeit</b>	CO <sub>2</sub> -Footprint (Scope 1&2)	<b>Emissionen Scope 1&amp;2 (in tCO<sub>2</sub>e)</b>	●	↑
	E-Mobilität (Scope 3)	<b>Anteil BEV Absatz</b>	●	↑
	Geschäftsmodelle & Partnerschaften	<b>Zubau PV vs. BEV-Verbrauch</b>	●	↑
 <b>Unsere Kultur</b>	Purpose & Werte	<b>Mitarbeiterengagement</b>	●	↑
	Attraktiver Arbeitgeber	<b>Arbeitgeberattraktivität</b>	●	↑
	Compliance	<b>Compliance-Index</b>	●	↑

**Was meint Ihr? In welchen Strategischen Schwerpunkt zahlt das Thema «Qualität» am meisten ein? – [www.menti.com](https://www.menti.com) – Code: 7184 3713**



# Unsere Kunden

 <b>Unsere Kunden</b>	Vertrauen & Zufriedenheit	<b>Kundenzufriedenheit</b>	●	↑
	Langfristige Beziehungen	<b>Loyalisierungsindex</b>	●	↑
	Reputation bei Stakeholdern	<b>Reputationsindex</b>	○	↑

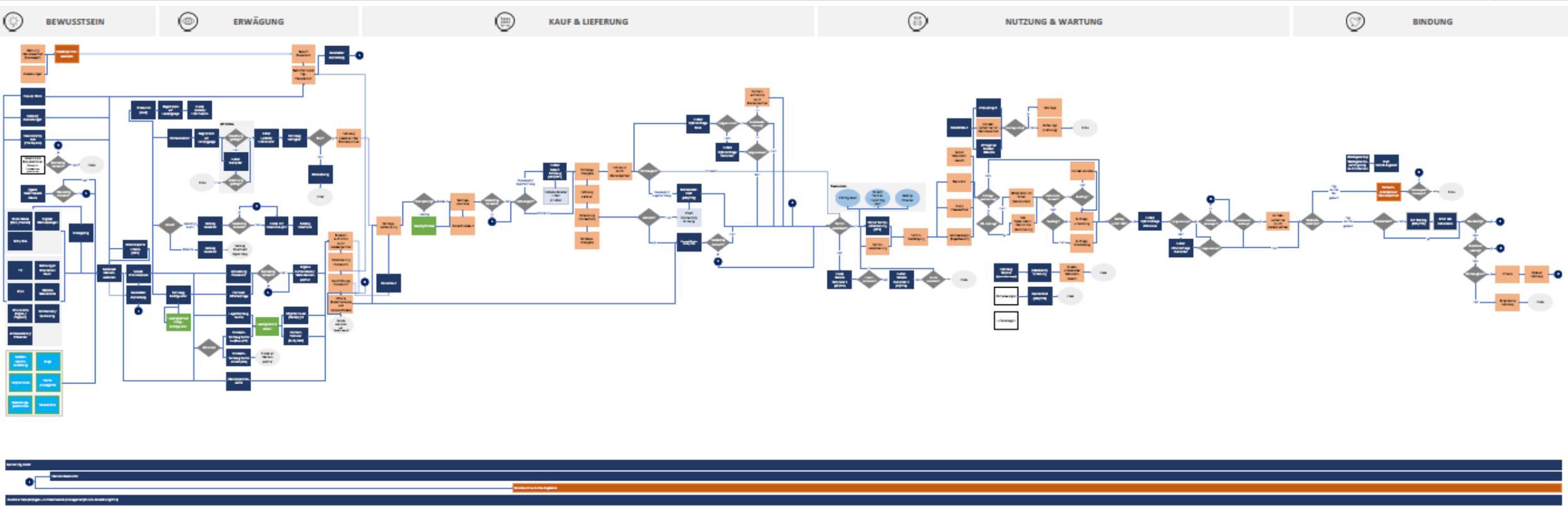
Deutliches Potenzial vorhanden im Bereich der Kundenzufriedenheit, der Loyalisierung und auch der Reputation!

**«Qualität ist wenn die Kunden  
zurückkommen und nicht die Ware»**

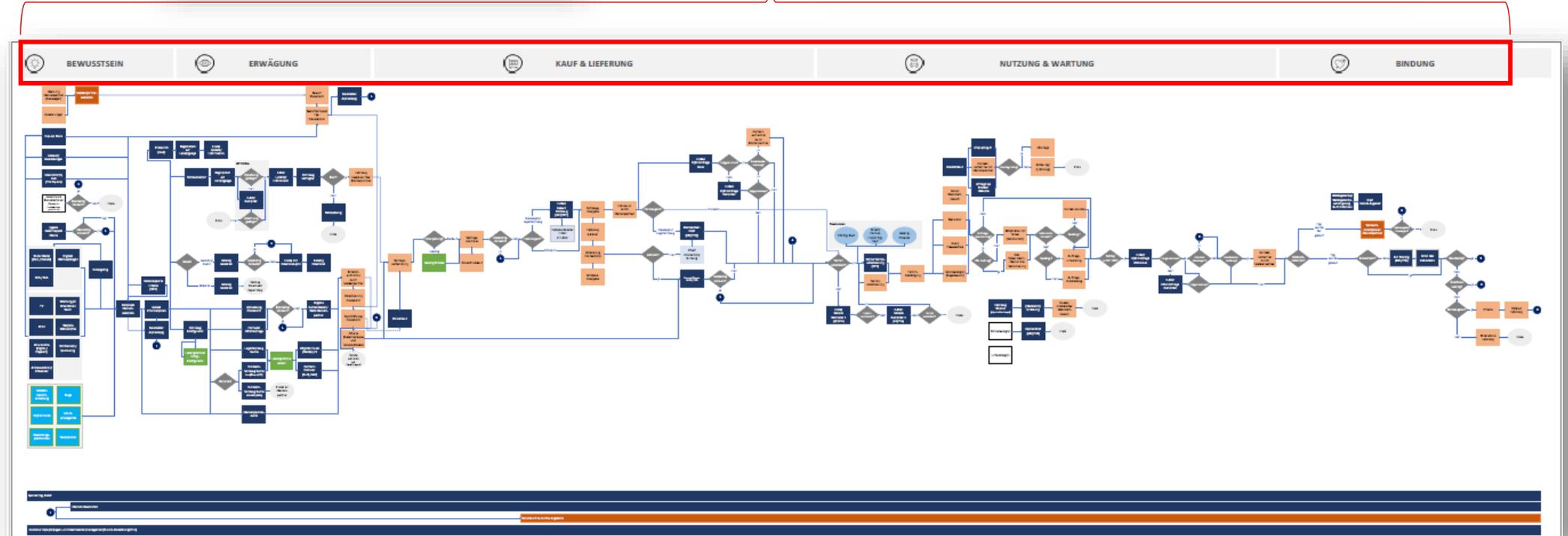
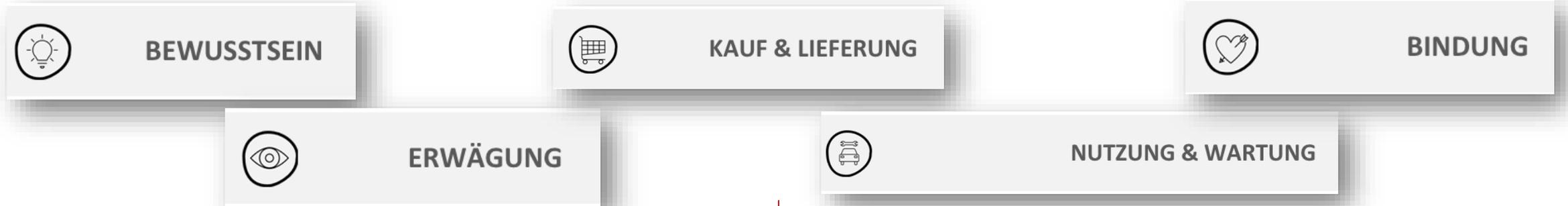
Unbekannt

# Customer Experience Map – AMAG Import

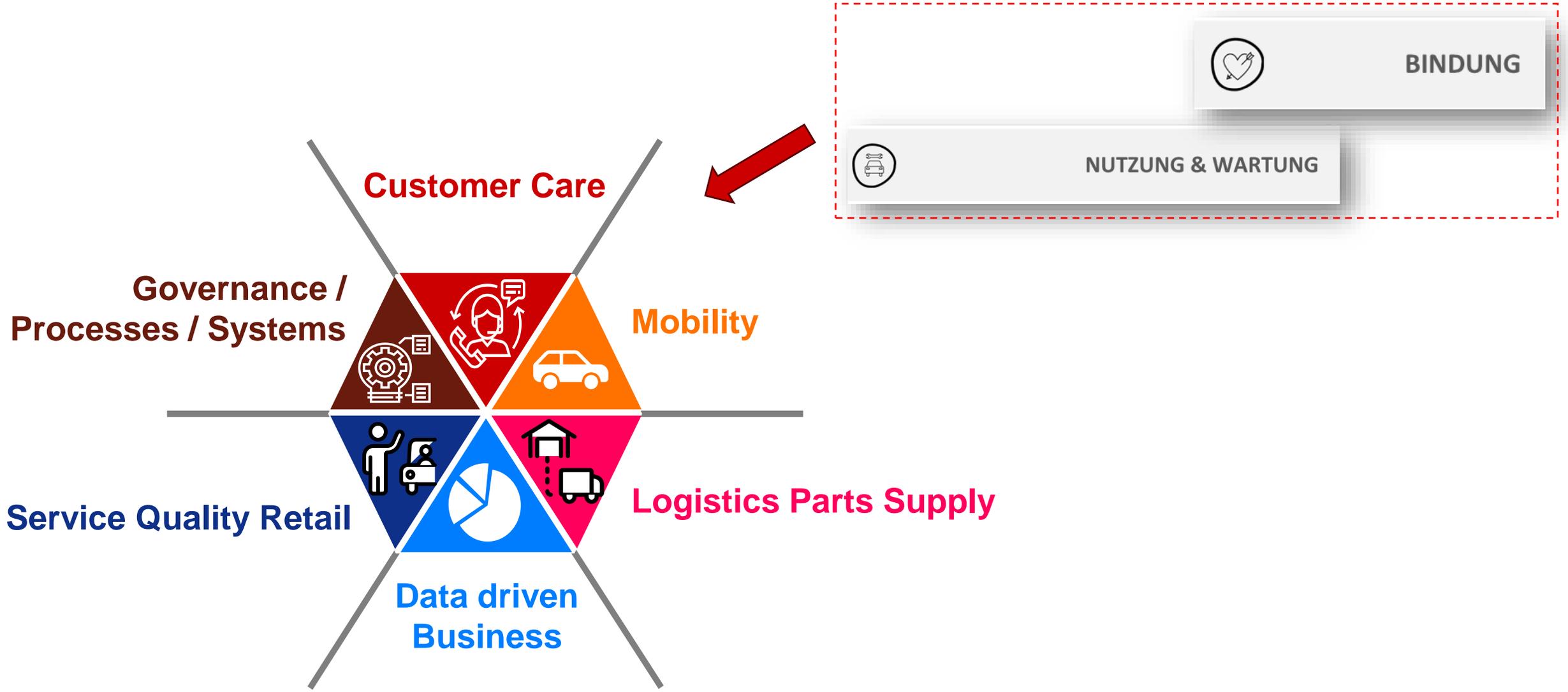
## B2C CUSTOMER EXPERIENCE MAP - AMAG IMPORT



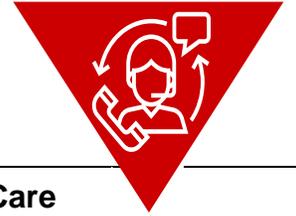
# Customer Experience Map – Zoom In



# Fokus auf Handlungsfelder



# Customer Care



«Für Deutsch wählen Sie die Taste 1»

«Sie sind Nummer 14 in der Warteschlange»

«Für Beanstandungen füllen Sie bitte das Online Formular aus»



## Mögliche KPI - Customer Care

### Know-How Mitarbeiter:

- Erfolgsrate (Bestehen) jährliche Zertifizierungsprüfungen (in %)

### E2E:

- Durchschn. Wartezeit bei Anfragen (ICT) und Beschwerden (CCT)

### Optimierung Kanal Webpage:

- Anzahl Tickets
- First Contact Resolution

### Multichannel:

- Durchschn. Wartezeit bei Anfragen (ICT) und Beschwerden (CCT)

### Voice Recognition:

- Anzahl durchgestellte Anrufe
- Erfolgsquote Voice Recognition Bot

# Mobility



## Mögliche KPI - Mobility

### Totalmobil:

- Scores Mystery Tests Totalmobil
- Service Level 80/20 (in %)
- Erreichbarkeit 95%
- Wartezeit 80/60 (in %)
- Reparatur vor Ort inkl. Hilfe Tel. 60%



## Service Quality Retail

## Service Quality Retail

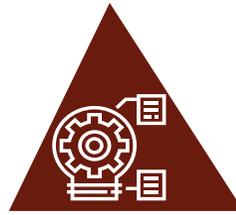


### Mögliche KPI - Service Quality Retail

#### CEM / KuZu / Prozesse:

- OSAT Wert in Import Strategie Scorecard
- Werkstatt-Test Bestehensrate
- IACS / NCBS 2024 Resultate
- Mystery Shoppings

# Governance / Processes / Systems



## Governance / Processes / Systems



### Governance / Processes / Systems

Generell Messung der Umsetzungen, Einhaltung der Budgets, Einhaltung der Timelines bei Projekten, Aktualisierung der BIC Prozesse, Erfüllung TISAX Zertifizierung

# Logistics Parts Supply



## Logistics Parts Supply

### Logistics Parts Supply

KPI Dashboard GAS – mobilog (in Arbeit):

- Verfügbarkeit (Service Level, Inbound Performance TLZ, Inbound Performance RL)
- Lagerung (Abschreibungen Defekt Logistik, Inventurverluste)
- Auslieferung Total und für Räder und Reifen (Supply Chain Claim Rate, On Time Delivery, Outbound Performance)
- Prozesse (Auditergebnisse ISO 9001, ISO 14001, LoPA)

# Data driven Business



## Data driven Business



### Data driven Business - KPI

#### Customer Data:

- Datenqualität

#### Customer Experience:

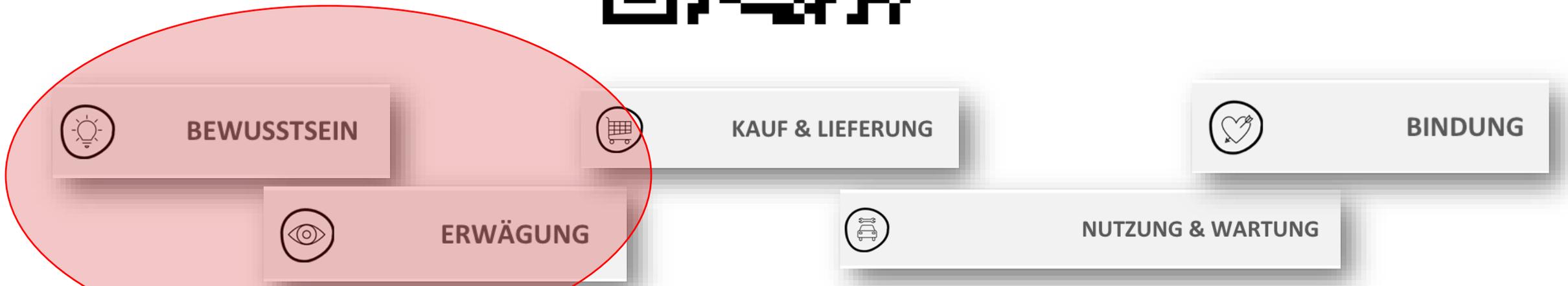
- Use Case Assessments

#### Digital Media:

- SEA CPA (Cost per Conversion)
- Social Media CPA (Cost per Conversion)
- Test & Lean Agenda



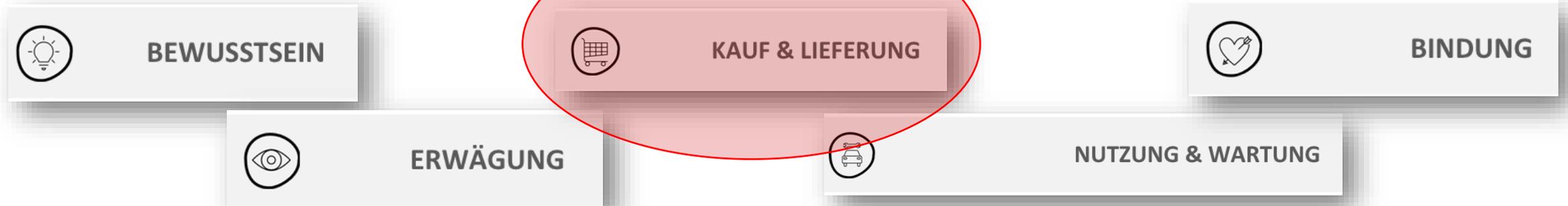
Wenn Ihr Kunden seid, was ist für Euch ein Qualitätsmerkmal einer Dienstleistung, welches Euren Ansprüchen gerecht wird? Worauf achtet Ihr am meisten? Lasst es uns wissen! – [www.menti.com](https://www.menti.com) – Code: 7184 3713



# Wenn Ihr Kunden seid, was ist für Euch ein Qualitätsmerkmal einer Dienstleistung, welches Euren Ansprüchen gerecht wird? Worauf achtet Ihr am meisten? Lasst es uns wissen! – Antworten

Lösung	Kompetente und vollständige Antwort innert 24h.	Lösungsfindung, Schnelligkeit, Freundlichkeit	Wenig Aufwand und intuitiv	Ich werde als Kunde ernstgenommen.	Zuhören was der Kunde will!	Individuelle Betreuung
	Sauberer Auftritt, Kontaktmöglichkeit, Lösungsorientiert		Kontaktmöglichkeiten	Verbindlichkeit & proaktive Lösungsorientierung	Berücksichtigung meiner persönlichen Bedürfnisse.	Schneller Lösungsansatz für mein Anliegen
Zuverlässigkeit	Aufmerksamkeit	Freie Parkplätze und Begrüssung mit Namen	Verständnis Kundenbedürfnisse Massgeschneiderte Beratung		Einfacher Informationszugang, Beratungsqualität, Freundlichkeit	
			Einfache, klare customer journey	Ich möchte als Kunde wahrgenommen werden.	Wenn man auf mein Anliegen eingeht	Einfachheit, digitaler Kontakt, Erreichbarkeit,
Kompetenz und schnell	Arbeit korrekt ausgeführt.	Zuverlässigkeit	Schnell auf meine Bedürfnis eingehen			
			Vertrauen schaffen / Transparenz / Bedürfnissgerecht	Kompetenz, Servicewille, Offenheit	Kompetenz von Ansprechpartnern	Vertrauen, Marke, Empfehlung, Freundlichkeit, Uverlässigkeit, Verbindlichkeit
Wenn möglich ein Ansprechpartner für meine Anliegen	Direkte Kontaktmöglichkeit, Speed, lösungsorientiert	Wenig Aufwand - schnelle Rückmeldung	Kundenfreundliche schnelle Lösung	Reputation bzw Wahrscheinlichkeit, dass Zusammenarbeit künftig positiv ist	Willkommenskultur	Schnelligkeit, Antwortzeit, Relevanz!! Antwort / Lösung muss mir weiterhelfen

**Wenn Ihr Kunden seid, was ist für Euch ein Qualitätsmerkmal eine Dienstleistung, welches Euren Ansprüchen gerecht wird? Worauf achtet Ihr am meisten? Lasst es uns wissen! – [www.menti.com](https://www.menti.com) – Code: 7184 3713**



# Wenn Ihr Kunden seid, was ist für Euch ein Qualitätsmerkmal eine Dienstleistung, welches Euren Ansprüchen gerecht wird? Worauf achtet Ihr am meisten? Lasst es uns wissen! - Antworten

Termintreue und fairer Preis

Transparente Preise/Kosten

rechtzeitig

Lieferzeit

Schnell und transparent

Berkaufsberater hört zu und versteht, was ich will.

Einhaltung des versprochenen Angebots. Termin, Preis, Kulanz, ...

Persönliche Nachfrage nach Qualität und Zufriedenheit Erreichbarkeit

Kompetente Beratung

Verlässlichkeit

Freundlichkeit, Lösungsorientiert, Freude am Kunden

Verbindliche Termine  
Transparente Beratung

Schnell, präzise, Kosten, einfach,

Gutaussehender Verkäufer

Kompetenz

Bedarfsanalyse

On Time - On Budget - On Quality

Geschwindigkeit, Verlässlichkeit

offene Kommunikation

Gute Beratung

Freundlichkeit  
Fairness

Verlässlichkeit

Kompetenz  
Freundlichkeit  
Bedürfnisabklärung

Gute Information und schnelle Lieferung

Zuverlässigkeit  
Walk the talk  
Transparente Kommunikation

mein Ansprechpartner kennt mich, im besten Fall ich ihn/sie auch

Digital only Journey, Hohe Response Rate, Termintreue, Entschuldigung bei Fehlern, Verlässlichkeit

Persönliche Kontaktaufnahme ohne Ticketsystem oder Chat.

Freundlich

Zeitgerechte Lieferung zu gewünschten zzeit

Lösungsorientierung

Kompetenz  
Persönliche Betreuung  
Pünktlichkeit

Einhaltung der Leistungsversprechen

- Termintreu- Regelmässige Information bei lange Wartezeit- richtige Lieferung

# Wenn Ihr Kunden seid, was ist für Euch ein Qualitätsmerkmal eine Dienstleistung, welches Euren Ansprüchen gerecht wird? Worauf achtet Ihr am meisten? Lasst es uns wissen! - Antworten

Support auch nach dem Kauf.

-  
Terminrechte/pünktliche Lieferung- Erreichbarkeit bei Fragen- Erklärung des Produkts

RechtzeitigPünktlich

Verfügbarkeit und Termintreue

Zuverlässigkeit - zuverlässige und korrekte Infos. Wenn der Händler sagt das Fz. wird dann geliefert oder repariert, dann hilft's wenn es dann auch so ist!

Fahrzeug ist bereit inkl. ZubehörApp Installation funktioniertDigitale Unterschrift

Dass Termine eingehalten werden, meine geäußerten Wünsche erledigt sind, Ware entspricht meiner Erwartung,

Kompetente Beratung

1 Ansprechperson. Dass es beim ersten Mal klappt.

Verfügbarkeit Pünktlichkeit

Offene und vertrauensvolle Kommunikation vom Partner

- Eingehen auf meine Bedürfnisse- Freundlichkeit- Pünktlichkeit- Regelmässige Informationen

Gute Beratung.

Ich fühle mich mit meinem Befürfnis verstanden und erhalte die entsprechende Aufmerksamkeit

Pünktlich, schnell, transparent, freundlicher Kundendienst

PünktlichFreundlichTransparent/Ehrlich

Einhaltung Leistungsversprechen

Termin einhalten

Versprechungen werden erfüllt

Gute Beratung/Betreuung

Das man bekommt was versprochen wird

Lieferfristen werden eingehalten

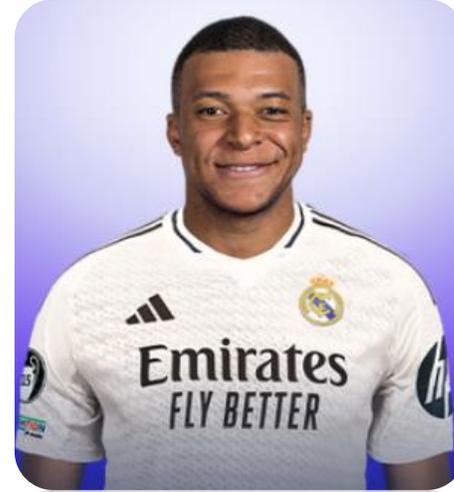
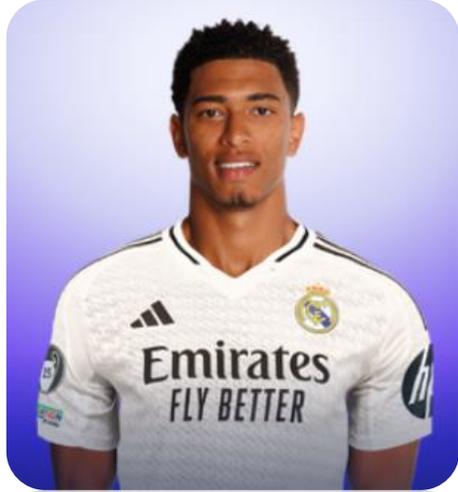
## Nächste Schritte

- Finale Definition der KPI's für die relevanten Kundenbedürfnisse entlang der gesamten Customer Journey für die «Quality Scorecard AMAG Import»
- Absegnung inhaltlich der Scorecard durch die Import Geschäftsleitung
- Aufbau des regelmässigen Trackings/Reportings der definierten Kennzahlen und regelmässige Publikation (quartalsweise)
- Automatisierung des Reportings durch die Reporting Factory

# Kennt Ihr diese Personen?



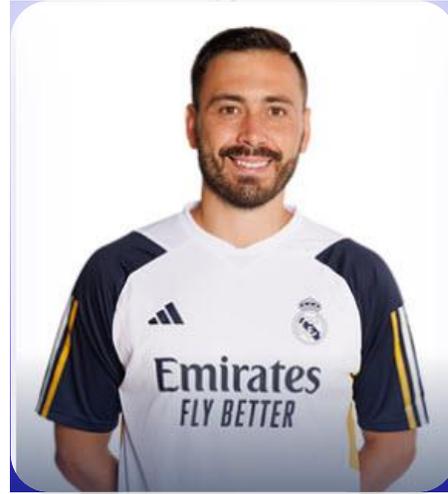
On the pitch





## Und diese?

Backstage



- Werkstatt – Test
- Mystery – Test Totalmobil!
- SLA's mobilog
- Service Level Customer Care

## Qualität ist viel mehr als nur das, was man sieht

- Viele Prozesse/Dienstleistungen werden von den Kunden gesehen, wahrgenommen und sie nehmen aktiv daran teil.
- Sehr viele Prozesse geschehen aber im Hintergrund und werden vom Kunden nicht wahrgenommen.
- Am Ende ist es ein Zusammenspiel der gesamten Prozesse und der Interaktion, um aus dem Kunden einen glücklichen «Fan» zu machen und aus uns den Champions League Sieger.





SKODA



Nutzfahrzeuge

# Fragen?



Nutzfahrzeuge

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

