



# KUNDENKONTAKTPUNKT



## Mystery Calls

Konzeption, Durchführung und Auswertung  
zu unschlagbaren Konditionen



- **Umfangreiche Erfahrung** bei der Durchführung von Mystery Analysen
- **Zahlreiche namhafte Referenzen** (u.a. ADAC, Volksbank Vogtland, TÜV Süd)
- **Sehr attraktives Preis-/Leistungsverhältnis**
- **Genaue Beachtung der Projektziele** des Auftraggebers durch gemeinsames Festlegen der Projektparameter in persönlichem Kick-Off-Gespräch
- Ergebnisse als Bestandteil des **TÜV-Süd-Zertifikats „ServiceQualität“** anerkannt
- Bewertungsunterlagen für verschiedene Branchen bereits vorhanden
- Anfertigung von gesamt- und bereichsspezifischen Teilauswertungen
- Graphische Aufbereitung der Auswertungsergebnisse
- Identifikation von Handlungsbedarfen und **Empfehlung von Maßnahmen**
- **Begleitung bei Maßnahmenumsetzung** (optional)



1. Mystery Calls – Methode

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 1.1 Projektbeschreibung



## Ziel

- Identifikation und Realisierung von leicht erschließbaren Unternehmenspotentialen durch Steigerung Ihrer Servicequalität
- Deutliche Steigerung der Zufriedenheit der Kunden
- Langfristige Kundenbindung, Erhöhung der Umsätze pro Kunde, Erhöhung der Weiterempfehlungsneigung, Neukundengewinnung



## Umsetzung

- Entwicklung individueller Test-Szenarien und Bewertungsunterlagen
- Auswahl und Schulung erfahrener Tester
- Individuelle Einsatzplanung in Abhängigkeit vom Tagesgeschäft des Auftraggebers
- Abteilungs- bzw. bereichsspezifische Tests möglich



## Ergebnisse

- Exakte Informationen über den tatsächlichen Stand Ihrer Servicequalität
- Strukturierte Betrachtung Ihrer Serviceprozesse aus Kundensicht
- Aufdeckung von Service-Schwachstellen und ungenutzten Unternehmenspotentialen
- Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Steigerung der Servicequalität



## Entwicklungsprozess – Vollständige Methode

- Identifikation von Informationszielen
  - Erfolgskennzahlen
  - Fixierte Standards
  - Branchenübliche Standards
  - Kundenbedürfnisse/-anforderungen (Einbezug der Ergebnisse von Kundenbefragungen)
- Operationalisierung der Informationsziele in einem Bewertungsbogen
  - Berücksichtigung von Anforderungen an Trennschärfe, Vollständigkeit und Praktikabilität
  - Optimierung der Bewertungsobjektivität  
(Nachvollziehbarkeit der Bewertung quasi-objektiver Bewertungen)
- Entwicklung und Abstimmung von Testszenarien
- Erstellung von Ablaufbeschreibungen, Checklisten und Bewertungskatalogen
- Überführung sämtlicher Elemente in ausführliche Schulungsmaterialien für die einzusetzenden Tester

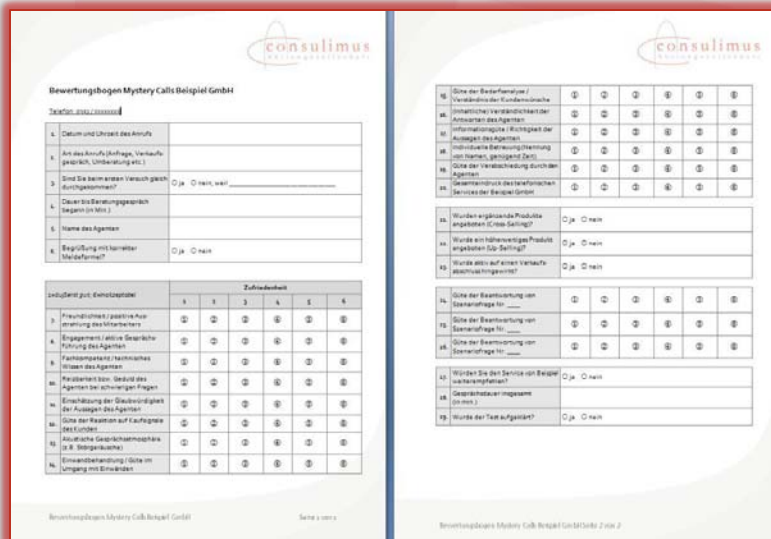
# 1.2.1 Bewertungsbogen



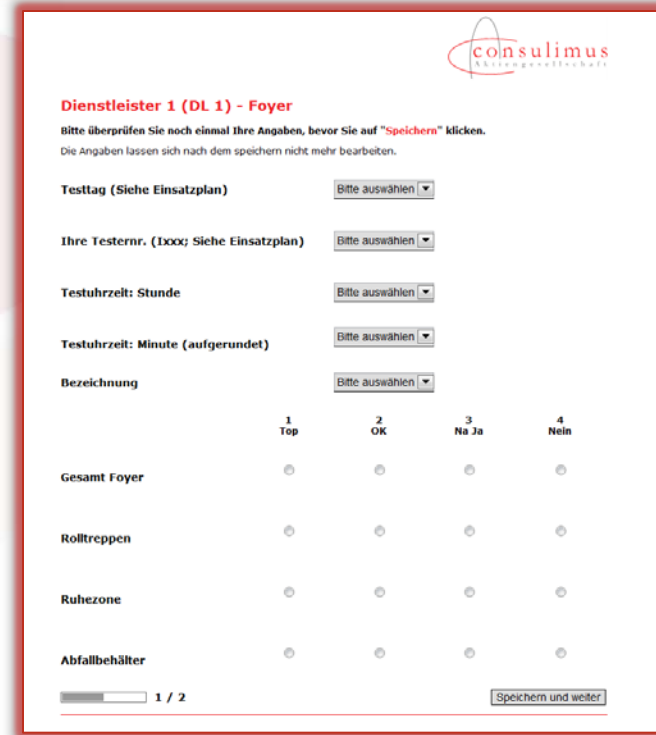
## Die Grundlage der Testdurchführung

- Prüfung des situationsbezogenen idealen Mediums für den einzusetzenden Bewertungsbogen
- Bewertungsbogenumsetzung: Beispielhafte Darstellungen

### Pen-and-Paper-Bewertungsbogen



### Online-Bewertungsbogen









### Tagesgeschäft als Entwicklungsgrundlage

- Abbildung des grundlegenden Leistungsspektrums der einzelnen Betrachtungsobjekte
  - Beratung
  - Kauf/Beauftragung (ggf. Stornierung)
  - Reklamation/Beschwerde
- Prüfung der Verteilung von Szenarienvariationen in Bezug auf die Erhebungsziele (Repräsentativität/Vergleichbarkeit)
- Geringfügige Variationen der Testsituationen zwecks Eliminierung von Störfaktoren (z.B. Variation der Informationstiefe von Produktfragen)
- Entwicklung konsistenter Szenarienhintergründe zur Minimierung der Wahrscheinlichkeit einer Testaufdeckung
- Ableitung von Anforderungen an einzusetzende Tester (Alter, Verhalten, Hintergrundwissen)

# 1.2.3 Bewertungskatalog



Quasi-Objektivierung grundsätzlich subjektiver Aspekte – hier am Beispiel „Sauberkeit“

Bewertung/ Note	Beispielbild	Beschreibung
1		Das Abfallbehältnis präsentiert sich in einem sauberen Zustand. Ein durch normalen Gebrauch beanspruchter Ascher stört nicht den Eindruck.
2		Das Abfallbehältnis ist gefüllt und der Ascher zeigt Spuren seiner Nutzung.
3		Das Abfallbehältnis ist voll, bzw. Abfall befindet sich auf, oder vor den Behältnissen. Der Ascher erfüllt den Zweck des Abfallbehältnisses. Der Gesamteindruck ist getrübt.
4		Das Abfallbehältnis ist überfüllt, Abfall befindet sich in größeren Mengen auf , bzw. vor dem Behältnis. Der Ascher ist durch Fremdmaterialien stark verschmutzt. Der Gesamteindruck vermittelt ein Bild von Unsauberkeit.



## Personelle und operative Planung

- Auswahl der einzusetzenden Tester
  - Rückgriff auf die unternehmenseigene Testerdatenbank mit über 12.000 Mitgliedern
  - Berücksichtigung der Erfahrung als Mystery Tester im Auftrag der Consulimus AG
  - Berücksichtigung der aus der entwickelten Testmethode resultierenden Anforderungen
- Persönliche Schulung der ausgewählten Tester mit besonderem Fokus auf:
  - Bewertungsinhalte und Qualitätsstandards des Kunden
  - Besonderheiten der Testsituation
  - Testziele (hier auch Betonung der „Mystery“-Komponente der Tests)
- Erstellung eines detaillierten Testplans inkl. der Zuordnung von Tester, Testobjekt, Testuhrzeit/-datum, Testszenario etc.



## Testdurchführung und damit verbundene Prozesse

- Durchführung der Mystery Calls entsprechend der aufgestellten Durchführungsplanung
- Zeitnahe Dokumentation der Testsituationen mittels
  - des entwickelten Bewertungsbogens
  - schriftlicher Testberichte (Besonderheitsvermerke)
  - ggf. Audiodokumentation der Testanrufe
- Kontinuierliche Qualitätssicherung entsprechend der Vorgaben der „DIN ISO 20252:2006 Markt-, Meinungs- und Sozialforschung“ durch die Projektleitung
  - Stichprobenartige Kontrolle durch die Projektleitung
    - 5% der durchgeführten Calls werden zu 75% mitgehört
    - Wiederholung von Schulungen und durchgeführten Calls bei methodischen und inhaltlichen Unsauberkeiten der Umsetzung
  - Prüfung der Testdatensätze auf Vollständigkeit, Plausibilität und Methodenkonformität

# 1.5 Auswertung und Aufbereitung



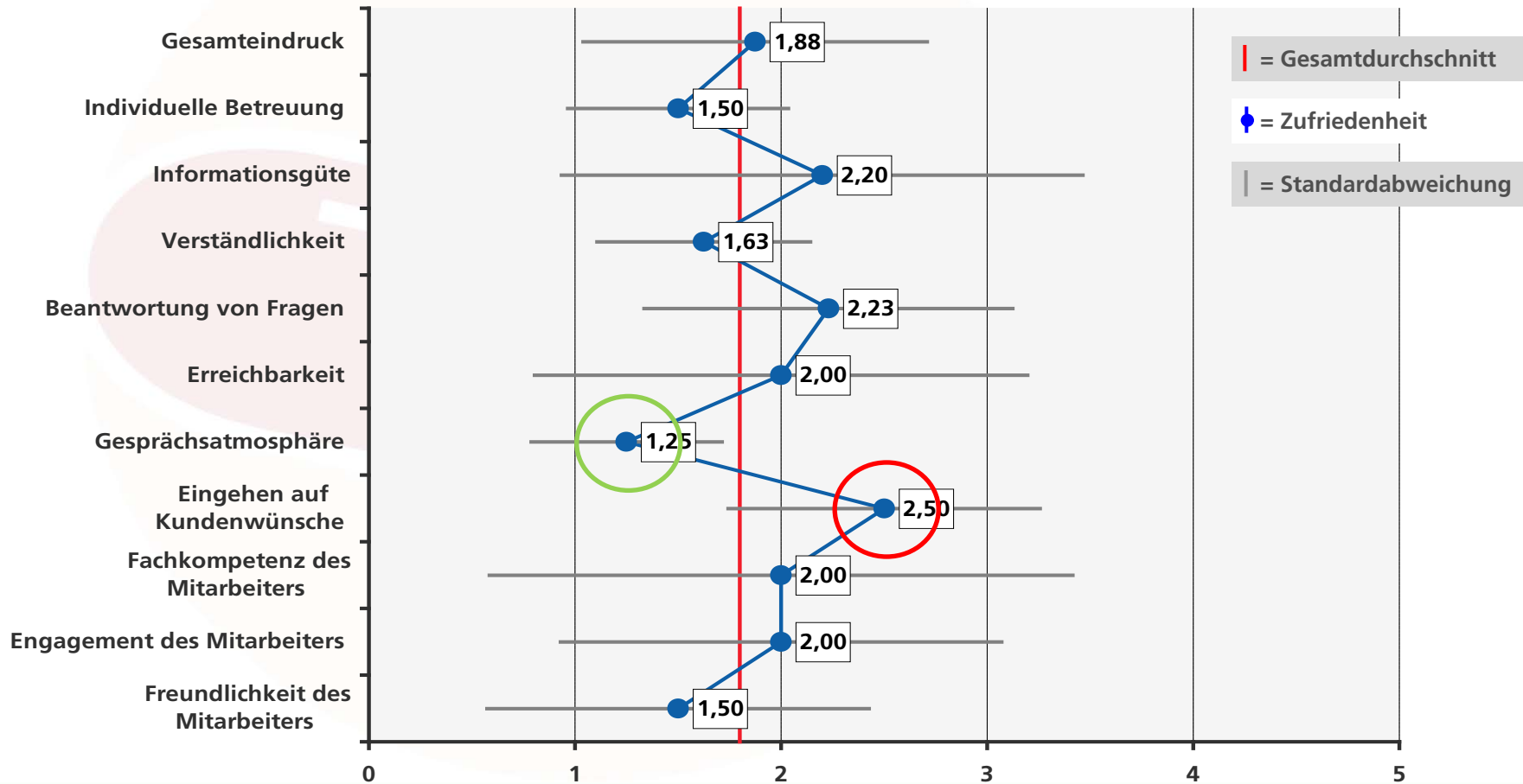
## Gesamtauswertung – Zielorientierte Identifikation von Handlungsbedarfen

- Auswertung der Testergebnisse entsprechend der definierten Informationsziele mittels gängiger statistischer Methoden
  - Erstellung einer Gesamtauswertung
  - Erstellung von differenzierten Auswertungen bzgl. der Import-/Export- und Verkaufsabteilung
- Inhaltliche Verarbeitung der Auswertungsergebnisse
  - Identifikation von Handlungsbedarfen
  - Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Aufbereitung der Auswertungsergebnisse
  - Erstellung eines Gesamtreports
  - Zusammenfassung der Ergebnisse in einer Management Summary
- Vorstellung und Diskussion der Testergebnisse in persönlichen Gesprächen mit den relevanten Verantwortlichen
- Ausblick: Ggf. Aufsetzen eines Monitoringsystems mit der Darstellung relevanter Key Performance Indikatoren in einem entscheidungsorientierten Kennzahlencockpit

# 1.5.1 Beispielhafte Aufbereitung



## Graphische Aufbereitung – Durchschnitt, Einzelbewertung und Standardabweichung



# 1.5.2 Beispielhafte Aufbereitung



## Tabellarisch – Hinterlegung eines Ampelsystems\*

Qualitätsaspekt	Themenbereich 1	Themenbereich 2	Themenbereich 3	Themenbereich 4
Gesamteindruck	94%	84%	91%	85%
Individuelle Betreuung	93%	83%	87%	80%
Informationsgüte	94%	78%	89%	88%
Verständlichkeit	92%	81%	83%	83%
Etc.	...	...	...	...

\* Hier:

Positive Ausprägung: Grüner Hintergrund

Neutrale Leistung: Gelber Hintergrund

Ausprägung unter Qualitätstarget: Roter Hintergrund



1. Mystery Call – Methode

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 2.1 Referenzprojekt – Detail

## Mystery Tests – Umfang, Flexibilität, Konstanz

- Ziel
  - Vergleich der Qualität des telefonischen Services zwischen internen und externen Servicemitarbeitern
- Aufgabe
  - Vollständige Entwicklung der Methodik
  - Zweimalige Überprüfung des telefonischen Services (1. Ist-Erhebung, 2. Kontroll-Erhebung)
  - Auswertung hinsichtlich des Vergleichs zwischen internen und externen Servicemitarbeitern
- Umsetzung
  - Durchführung von 150 Mystery Calls je Welle
  - Fokus auf aktuellen Frageszenarien
  - Berücksichtigung unterschiedlicher Standorte (intern und extern)
- Ergebnis
  - Detaillierter Vergleich zwischen den Leistungen der eigenen Mitarbeiter und den Mitarbeitern des externen Dienstleisters



*„Die Ergebnisse der Mystery Analyse waren Ansporn und Herausforderung für beide Seiten. Sie wirkten motivierend und leistungssteigernd“*

Brigitt Drehsen,  
Vertriebsleiterin,  
Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH



## 2.2 Referenzprojekte – Überblick



### Mystery Tests – Vielseitiger Erfahrungsschatz

- Quartalsweise Durchführung von Mystery Calls bei einem großen deutschen Online-Elektronikhändler
  - Fokus auf Vertrieboptimierung
  - Vollständige Methodikentwicklung durch die Consulimus AG
  - 150 Calls innerhalb einer Woche (quartalsweise)
- Halbjährliche Durchführung von Mystery Calls bei einem großen deutschen Verlag
  - Fokus auf Serviceorientierung
  - Vollständige Methodikentwicklung durch die Consulimus AG
  - 150 Calls innerhalb einer Woche (halbjährlich)
- Durchführung diverser verdeckter Verbrauchertests im Auftrag des ADAC (ADAC-Mietwagentest 2009, ADAC-Schulbustest 2009 und 2010, etc.)
- Kooperationspartner des TÜV SÜD bei der Vergabe der Zertifikate „ServiceQualität“ und „BeratungsQualität“ – hierbei kontinuierliche Durchführung von Mystery Analysen (Mystery Shoppings, Mystery Calls etc.)

## 2.3 Kunden über uns



*„Anhand der von der Consulimus AG erarbeiteten Ergebnisse der Befragung konnten wir unsere Maßnahmen, insbesondere bzgl. der internen Kommunikation, auf eine belastbare Basis stützen.“*

Bettina Müller

Kommunikation & Marketing

Presse, Interne Kom., Public Affairs

DZ BANK AG



*„Auswertungen, Bildbearbeitung, Aufbereitung von Kommunikationsinhalten - bislang hatte Consulimus immer eine passende Lösung für mich!“*

Xenia Sarigiannidis

Project Manager

Vorwerk & Co. KG



*„Selbst bei großem Umfang bietet uns die Consulimus AG höchste Flexibilität und das seit mittlerweile 3 Jahren.“*

Barbara Hochbaum,  
Produktmanagerin Servicequalität

TÜV SÜD Management Service  
GmbH



## 2.4 Referenzliste (Auszug)

### Ausgewählte Referenzkunden



Deutsche Post

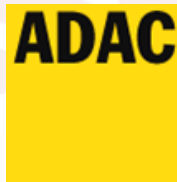


SIEMENS



DZ BANK

Europcar



Office  
DEPOT.



CASTRO





1. Mystery Calls – Methode

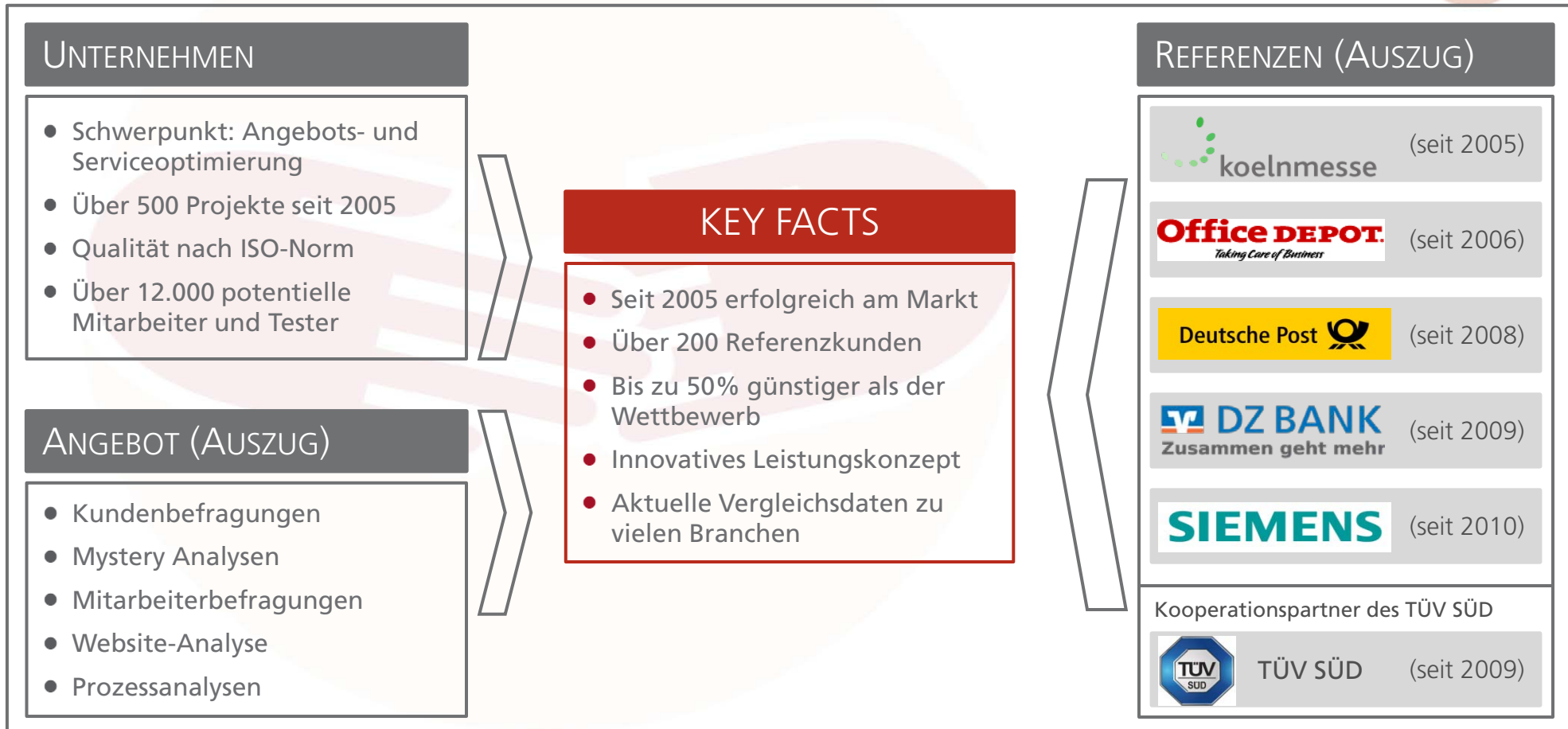
2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 3.1 Consulimus AG im Überblick

Spezialist für Analysen  
rund um den Kundenkontaktpunkt

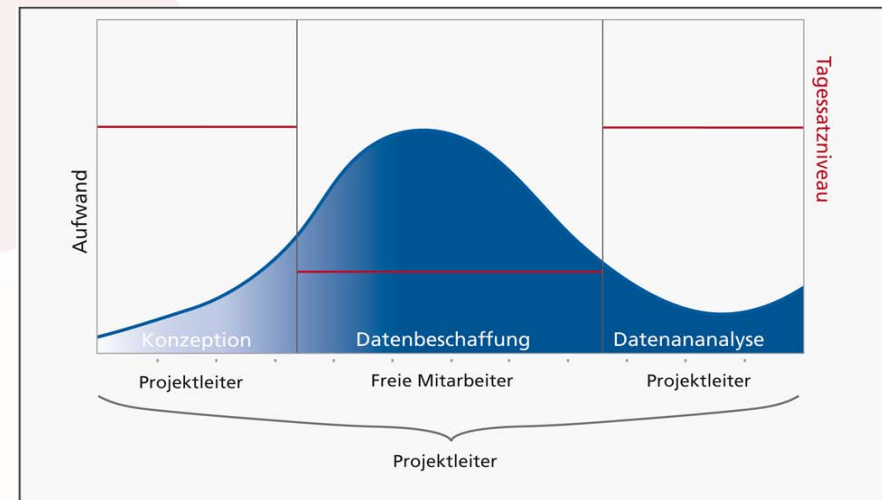


## 3.2 Was zeichnet die Consulimus AG aus?

### Kompetenz und Kosteneffizienz

- **Praktische Erfahrung gepaart mit theoretischem Hintergrundwissen**
  - Akademisch ausgebildete Projektleiter (Diplom-Kaufleute und Diplom-Psychologen)
  - Erfahrungen aus hunderten von Projekten
- **Qualitätsmanagement nach ISO-Norm**
  - Einhaltung der DIN ISO 20252:2006
- **Bis zu 50% niedrigere Projektkosten**
  - Beratung hinsichtlich effizienter Projektumsetzung
  - Transparente, gut nachvollziehbare Angebote
  - Schlankes Kernteam und niedrige Fixkosten
  - Einsatz freier Mitarbeiter für zeitaufwendige Tätigkeiten

### Typischer Projektverlauf



- ➔ **Unsere Kunden bewerteten Ende 2010 unser Preis-/Leistungsverhältnis mit sehr gut (1,33)\***

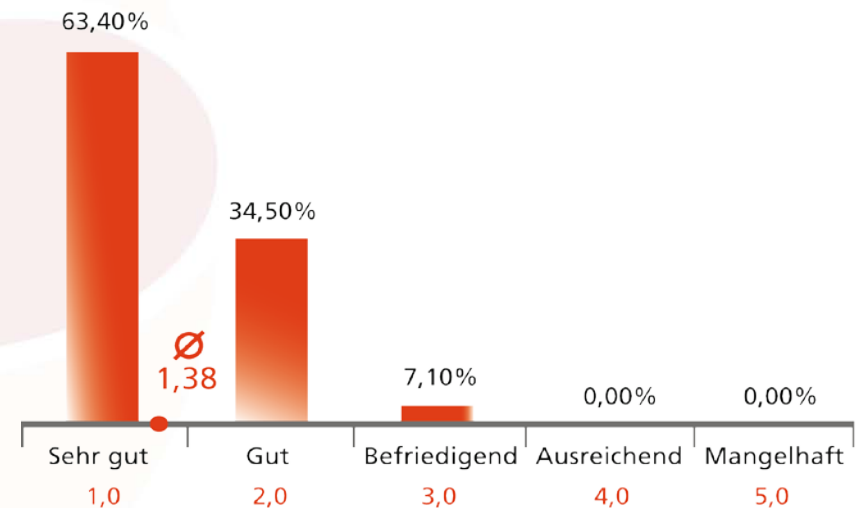
\*Die Ergebnisse der Kundenbefragung finden Sie unter [www.consulimus.de/presse](http://www.consulimus.de/presse).

## 3.2 Was zeichnet die Consulimus AG aus?

### Kundenorientierung und Flexibilität

- Flexibilität als strategischer Fokus
  - Sehr kurze Projektvorlaufzeiten
  - Kurzfristig starke Kapazitätsausweitung möglich
  - Flexible Änderungen im laufenden Projekt
- Unbedingte Kundenorientierung
  - Schneller und unbürokratischer Umgang mit Kundenwünschen
  - Sonderwünsche in 9 von 10 Fällen ohne Zusatzkosten
- Professionelle Betreuung
  - Eindeutig zugeordneter, kompetenter Ansprechpartner
  - Schnelle Reaktionszeiten

Bewertung der Flexibilität im laufenden Projekt



- ➔ Unsere Kunden bewerteten Ende 2010 unsere **Flexibilität** und **Professionalität** jeweils mit **sehr gut** (1,38 bzw. 1,35)\*

\*Die Ergebnisse der Kundenbefragung finden Sie unter [www.consulimus.de/presse](http://www.consulimus.de/presse).

# 3.3 Leistungsportfolio der Consulimus AG

## Die wichtigsten Leistungsmodule im Überblick





1. Mystery Calls – Methode

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 4. Kontakt

Fragen? Wir helfen gerne weiter:



**Consulimus AG**

Gottfried-Hagen-Str. 20  
51105 Köln

Tel.: (0221) 788 745 - 0

E-Mail: [info@consulimus.de](mailto:info@consulimus.de)

Web: [www.consulimus.de](http://www.consulimus.de)

