

Referenzprojekt „Mystery Calls“

- Ziel
 - Überprüfung der Qualität des telefonischen Services und Identifikation von Potentialen zur Vertriebsoptimierung
- Aufgabe
 - Vollständige Entwicklung der Methodik
 - Kontinuierliches Monitoring des telefonischen Services
 - Auswertung hinsichtlich Optimierungspotentialen
- Umsetzung
 - Durchführung von 250 Mystery Calls pro Quartal
 - Testszenarien mit Fokus auf bestimmten Produktgruppen
 - Berücksichtigung unterschiedlicher Serviceprozesse
 - Überprüfung von Produkt-Know-How und Vertriebsanstrengungen
- Ergebnis
 - Detaillierter Überblick über die Leistungen des Serviceteams
 - Identifikation von Ansätzen zur Vertriebsoptimierung



„Mit den Ergebnissen der Mystery Analyse konnten wir unsere Mitarbeiter gezielt schulen und insbesondere unseren Vertrieb stärken.“

Björn Mehlhorn
Teamleiter Vertrieb
Cyberport GmbH

cyberport