

DIN EN 15838

ICS 03.080.30

**Kundenkontaktzentren –
Anforderungen für die Leistungserbringung;
Deutsche Fassung EN 15838:2009**

Customer Contact Centres –
Requirements for service provision;
German version EN 15838:2009

Centres de contact clients –
Exigences relatives à la délivrance du service;
Version allemande EN 15838:2009

Gesamtumfang 35 Seiten

Normenausschuss Dienstleistungen (NADL) im DIN

Nationales Vorwort

Dieses Dokument (EN 15838:2009) wurde vom Technischen Komitee CEN/TC 375 „Projekt-Komitee Call-Center Dienstleistungen“ erarbeitet, dessen Sekretariat vom NEN (Niederlande) gehalten wird.

Der zuständige nationale Arbeitsausschuss ist der Arbeitsausschuss NA 159-01-06 AA „Customer Contact Center“ im Normenausschuss Dienstleistungen (NADL) im DIN.

Deutsche Fassung

Kundenkontaktzentren — Anforderungen für die Leistungserbringung

Customer Contact Centres —
Requirements for service provision

Centres de contact clients —
Exigences relatives à la délivrance du service

Diese Europäische Norm wurde vom CEN am 5. Oktober 2009 angenommen.

Die CEN-Mitglieder sind gehalten, die CEN/CENELEC-Geschäftsordnung zu erfüllen, in der die Bedingungen festgelegt sind, unter denen dieser Europäischen Norm ohne jede Änderung der Status einer nationalen Norm zu geben ist. Auf dem letzten Stand befindliche Listen dieser nationalen Normen mit ihren bibliographischen Angaben sind beim Management-Zentrum des CEN oder bei jedem CEN-Mitglied auf Anfrage erhältlich.

Diese Europäische Norm besteht in drei offiziellen Fassungen (Deutsch, Englisch, Französisch). Eine Fassung in einer anderen Sprache, die von einem CEN-Mitglied in eigener Verantwortung durch Übersetzung in seine Landessprache gemacht und dem Management-Zentrum mitgeteilt worden ist, hat den gleichen Status wie die offiziellen Fassungen.

CEN-Mitglieder sind die nationalen Normungsinstitute von Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, der Schweiz, der Slowakei, Slowenien, Spanien, der Tschechischen Republik, Ungarn, dem Vereinigten Königreich und Zypern.



EUROPÄISCHES KOMITEE FÜR NORMUNG
EUROPEAN COMMITTEE FOR STANDARDIZATION
COMITÉ EUROPÉEN DE NORMALISATION

Management-Zentrum: Avenue Marnix 17, B-1000 Brüssel

Inhalt

	Seite
Vorwort	4
Einleitung.....	5
1 Anwendungsbereich	7
2 Normative Verweisungen	7
3 Begriffe	7
4 Managementstrategie und Politik	9
4.1 Allgemeines	9
4.2 Aufgabenstellung.....	9
4.3 Betriebliche Aufgaben und Verantwortlichkeiten	10
4.3.1 Allgemeines	10
4.3.2 Personalwesen.....	10
4.3.3 Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT)	10
4.3.4 Qualitätssicherung	10
4.3.5 Ausbildung	11
4.3.6 Funktionsbereich des Produktions- und Verfahrensmanagements	11
4.3.7 Funktionsbereich für Planung und Steuerung	11
4.3.8 Funktionsbereich des Vertragsmanagements.....	11
5 Agenten der Kundenkontaktzentren.....	11
5.1 Aufgaben und Funktionen bezüglich der Agenten	11
5.2 Anforderungen an Agenten	12
5.2.1 Allgemeines	12
5.2.2 Kommunikation und Kundendienst.....	12
5.2.3 Technische Kenntnisse.....	12
5.2.4 Besondere Fähigkeiten und Kenntnisse	13
5.3 Einstellungsverfahren	13
5.4 Ausbildung von Agenten	13
5.4.1 Allgemeines	13
5.4.2 Fortlaufende Ausbildung und Betreuung	13
5.5 Leistung	14
5.6 Zufriedenheit der Agenten	14
5.7 Privatsphäre der Agenten	14
6 Infrastruktur.....	15
6.1 Kommunikationskanäle	15
6.2 Kontaktmanagement (Hardware- und Software-Instrumente)	15
6.2.1 Diskretion und Datenschutz	15
6.3 Arbeitsumgebung	15
6.4 Notfallpläne	15
7 Prozesse	15
7.1 Einleitung.....	15
7.2 Vereinbarung mit dem Auftraggeber	16
7.3 Leistungsstatistik	16
7.4 Handhabung von Abweichungen.....	17
7.5 Qualität des Überwachungsprozesses.....	17
7.6 Personalmanagement	17
7.7 Zugangskanäle.....	18
7.8 Reklamationsbearbeitung – CCC-Dienstleistung.....	18
7.9 Schutz der Privatsphäre.....	19
7.10 Plan für die Aufrechterhaltung des Betriebes	19

8	Kundenzufriedenheit.....	19
8.1	Einleitung	19
8.2	Untersuchung der Kundenzufriedenheit.....	20
8.2.1	Allgemeines	20
8.2.2	Ergebnisse	20
8.3	Analyse der Reklamationen.....	20
8.4	Schutz des Kunden	21
9	Soziale Verantwortung.....	21
Anhang A (normativ)	Verbindliche KPIs.....	22
A.1	KPIs für Agenten	22
A.2	KPI für den Kunden	23
A.3	KPI für Prozesse	25
A.4	KPI für die Kontaktqualität	26
A.5	KPI für die Infrastruktur	26
Anhang B (normativ)	Empfohlene KPIs.....	27
B.1	KPIs für den Auftraggeber.....	27
B.2	KPIs für Prozesse	27
B.3	KPIs für Effizienz	28
B.4	KPIs für Beschwerden vom Kunden und/oder Auftraggeber	28
Anhang C (informativ)	Leitlinien zu optimalen Verfahrensweisen für Auftraggeber	29
Anhang D (informativ)	Empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten für das Management und die Planung in einem Kundenkontaktzentrum	31
D.1	Allgemeines	31
D.2	Funktionsbereich des Produktions- und Verfahrensmanagements	31
D.3	Funktionsbereich des Auftraggeber-Managements	31
Literaturhinweise		33

Vorwort

Dieses Dokument (EN 15838:2009) wurde vom Technischen Komitee CEN/TC 375 „Projekt-Komitee — Call Center-Dienstleistungen“ erarbeitet, dessen Sekretariat vom NEN gehalten wird.

Diese Europäische Norm muss den Status einer nationalen Norm erhalten, entweder durch Veröffentlichung eines identischen Textes oder durch Anerkennung bis Mai 2010, und etwaige entgegenstehende nationale Normen müssen bis Mai 2010 zurückgezogen werden.

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Texte dieses Dokumentes Patentrechte berühren können. CEN [und/oder CENELEC] sind nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren.

Entsprechend der CEN/CENELEC-Geschäftsordnung sind die nationalen Normungsinstitute der folgenden Länder gehalten, diese Europäische Norm zu übernehmen: Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn, Vereinigtes Königreich und Zypern.

Einleitung

Kundenkontaktzentren (en: customer contact centres, CCC) spielen eine wichtige Rolle bei der Interaktion zwischen der Organisation, die die Dienstleistung des CCC in Auftrag gibt, und deren Kunden. Kundenkontaktzentren entsprechen nicht immer den Erwartungen der Kunden (z. B. lange Wartezeit, Unvermögen Anfragen sofortig und effizient zu beantworten, unpersönliche Behandlung). Sie variieren hinsichtlich des Qualitätsniveaus ihrer Dienstleistungen und des Verbraucherschutzes, und werden mit unterschiedlichen Standards und Effizienzniveaus betrieben.

Die vorliegende Europäische Norm wurde als Reaktion auf das Mandat M/378 der Europäischen Kommission erarbeitet. Dieses Mandat konstatiert, dass das Ziel der Norm darin besteht, für Kundenkontaktzentren die Anforderungen an die Qualität der Dienstleistungen festzulegen, die allen Zentren gemeinsam sind, unabhängig vom Bereich der Dienstleistung, der technischen Herangehensweise zur Bereitstellung der Dienstleistung oder dem Anbieter der Dienstleistung. Die Norm gilt sowohl für firmeninterne Kundenkontaktzentren als auch für ausgegliederte Zentren. Die Norm wurde zum Nutzen beider Arten von Kontaktzentren erarbeitet sowie für die Kunden, die deren Dienstleistungen in Anspruch nehmen.

Auch wenn die Anwendung der Norm freiwillig ist, bietet sie denjenigen, die sie umsetzen, die folgenden Vorteile:

- a) Verbesserung der Qualität des Kundenkontaktes, wodurch der Organisation ein Wettbewerbsvorteil verschafft werden kann und wodurch der Gefahr von Kundenkritik über schlechte oder fehlende Dienstleistungen vorgebeugt werden kann;
- b) Kosteneffizienz durch bessere Prozesse und ein besseres Verständnis der Dienstleistung, wobei die qualitativen Ergebnisse und die Effektivität bewahrt werden;
- c) Verbesserungen in Bezug auf den Rückhalt in der Belegschaft, durch das Verständnis und die Wertschätzung des Beitrages der Mitarbeiter zum Kundendienst und den Ergebnissen; und
- d) Kundenzufriedenheit.

Die vorliegende Europäische Norm zielt darauf ab, die Entwicklung von Dienstleistungen zu fördern, die effektiv, qualitativ hochwertig und kosteneffizient sind und die Erwartungen der Kunden erfüllen. Sie befasst sich, unter Verwendung eines ausgeglichenen Ansatzes, mit mehreren Bereichen.

Die vorliegende Europäische Norm ist im Rahmen im Bild 1 dargestellt. Jedes Kundenkontaktzentrum ist in sieben Kategorien organisiert: Vier Prozessfaktoren innerhalb der Organisation und drei Erfolgsbereiche.

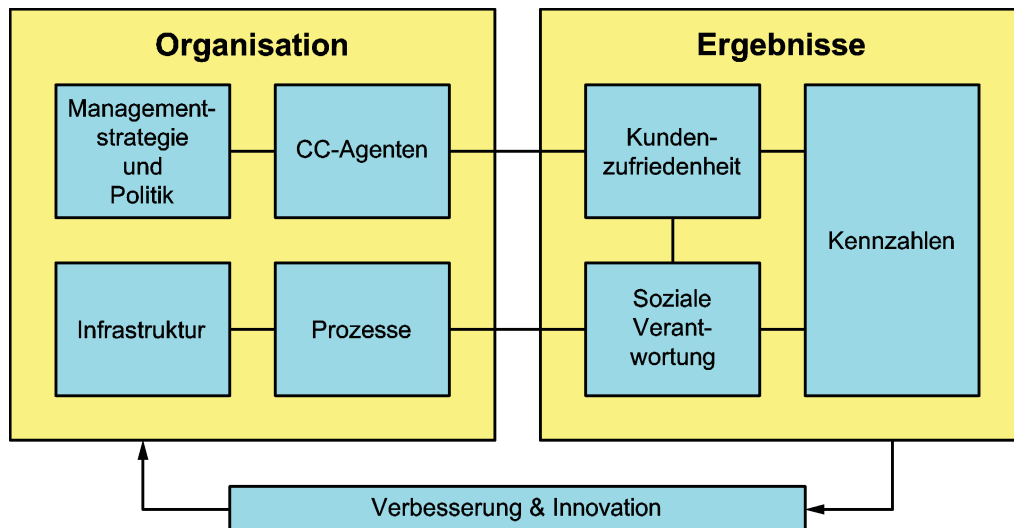


Bild 1 — Rahmen für Kundenkontaktzentren

Die Umsetzung der Norm sollte sowohl den Kundendienst verbessern als auch den wirtschaftlichen Erfolg erhöhen. Sie ist darauf angelegt, Zufriedenheit bei den Kunden, dem Personal und sonstigen Interessenvertretern zu erreichen. Sie sollte zu kontinuierlicher Verbesserung und zu einem besseren Verständnis des Wertes des Kundenkontaktzentrums führen.

Bild 2 gewährt einen Überblick darüber, was durch Kundenkontaktzentren gewährleistet werden kann.

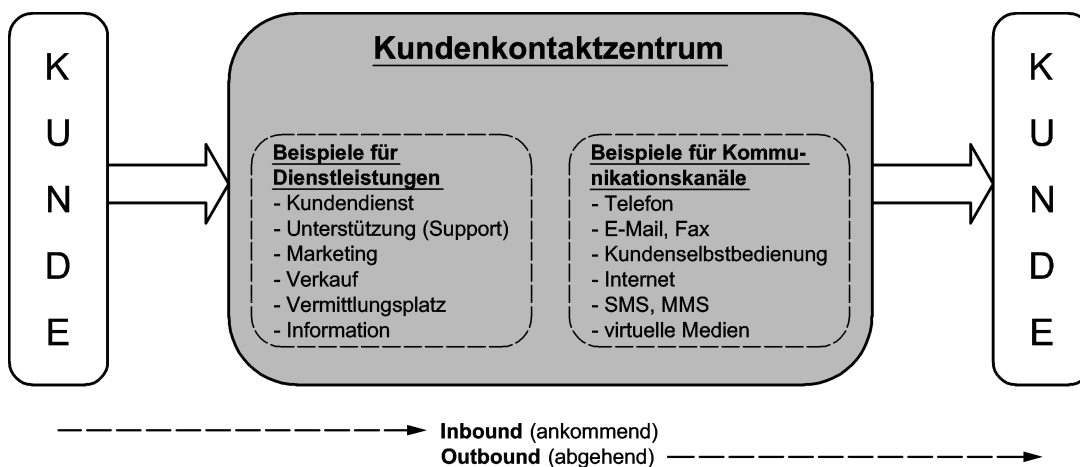


Bild 2 — Überblick darüber, was Kundenkontaktzentren gewährleisten können

1 Anwendungsbereich

Diese Europäische Norm legt die Anforderungen an Kundenkontaktzentren fest. Sie zielt darauf ab, optimale kundenorientierte Verfahrensweisen zur Verfügung zu stellen, um den Erwartungen der Kunden gerecht zu werden. Die vorliegende Norm gilt sowohl für firmeninterne Kundenkontaktzentren, als auch für solche, die ausgelagert wurden.

Diese Europäische Norm legt den Schwerpunkt auf die Qualität der Leistung am Punkt des Kontaktes zwischen dem Kunden und dem Kundenkontaktzentrum.

2 Normative Verweisungen

Die folgenden zitierten Dokumente sind für die Anwendung dieses Dokumentes erforderlich. Bei datierten Verweisungen gilt nur die in Bezug genommene Ausgabe. Bei undatierten Verweisungen gilt die letzte Ausgabe des in Bezug genommenen Dokumentes (einschließlich aller Änderungen).

Nicht anwendbar.

3 Begriffe

Für die Anwendung dieses Dokumentes gelten die folgenden Begriffe.

3.1

CC-Agent Agent

eine in einem Kundenkontaktzentrum arbeitende Person, dessen Hauptaufgabe in der Bearbeitung von Kundenkontakten besteht

ANMERKUNG 1 Beispiele für Kundenkontakte sind Anrufe, E-Mails, Fax und Internetanfragen.

ANMERKUNG 2 Die Rolle des Agenten kann von der Kontaktabwicklung bis zum Lösen komplexer Probleme reichen.

3.2

Auftraggeber

Organisation für die das Kundenkontaktzentrum arbeitet

ANMERKUNG Ein Auftraggeber kann Teil der internen Organisation sein (z. B. Geschäftsführer oder Marketingabteilung) aber ebenso eine externe Organisation.

3.3

Reklamation

Ausdruck von Unzufriedenheit gegenüber einer Organisation, der sich auf deren Produkte bezieht oder auf das Verfahren zur Reklamationsbearbeitung selbst, wobei ausdrücklich oder implizit eine Antwort oder Lösung erwartet wird

[ISO 10002:2004, 3.2]

3.4

Verbraucher

einzelnes Mitglied der allgemeinen Öffentlichkeit, das Güter, Eigentum oder Dienstleistungen für persönliche Zwecke erwirbt oder nutzt

[ISO 14025:2006]

3.5

Kontakt

jegliche Interaktion oder Kommunikation zwischen einem Kunden und einem Kundenkontaktzentrum

ANMERKUNG Ein Kontakt kann eine aufgeschobene Reaktion nach sich ziehen (z. B. postalischer Brief, elektronischer Brief, SMS, Fax usw.) oder eine unmittelbare und/oder interaktive Antwort (z. B. Telefonanruf (ankommend oder abgehend), Gespräch usw.)

3.6

Kunde

Person, welche die Dienstleistung des Kundenkontaktzentrums in Anspruch nimmt

ANMERKUNG 1 Der Kunde könnte sowohl ein Verbraucher als auch ein Unternehmen sein.

ANMERKUNG 2 Ein Kunde könnte in Bezug auf die Organisation intern oder extern sein.

3.7

Kundenkontaktzentrum

CCC (en: customer contact centre)

Organisation, die im Namen der Auftraggeber durch unterschiedliche Multimedia-Kanäle Kundenkontakt-Dienstleistungen mit deren Kunden anbietet

ANMERKUNG Ein CCC könnte sowohl ein firmeninternes Kundenkontaktzentrum sein als auch ein ausgelagertes Zentrum.

3.8

Kundenzufriedenheit

Wahrnehmung der Kunden hinsichtlich des Grades, in dem ihre Anforderungen als Ergebnis des Kontaktes mit dem CCC erfüllt worden sind

[ISO 9000:2005]

ANMERKUNG 1 Kundenbeschwerden sind ein üblicher Indikator für eine geringe Kundenzufriedenheit; deren Fehlen lässt jedoch nicht notwendigerweise auf eine hohe Kundenzufriedenheit schließen.

ANMERKUNG 2 Selbst wenn Kundenanforderungen mit dem Kunden vereinbart und erfüllt wurden, ist dadurch nicht notwendigerweise eine hohe Kundenzufriedenheit sichergestellt.

3.9

Kennzahlen

KPI (en: Key Performance Indicators)

Zielgrößen, die quantitativ die Ziele messen, an denen sich die Leistung einer Organisation widerspiegelt

3.10

Überwachung

sämtliche Mittel zur Validierung der Leistung des CCC zum Zweck der Qualitätssicherung

3.11

qualifizierter Kontakt

Beginn des Gespräches zwischen dem Agenten (Kundendienst-Mitarbeiter) und dem Kunden

ANMERKUNG Dies betrifft nur Kontakte nach außen.

4 Managementstrategie und Politik

4.1 Allgemeines

In diesem Abschnitt sind die Anforderungen an ein Kundenkontaktzentrum (CCC) hinsichtlich der Ausführung der Managementstrategie und Politik des Auftraggebers beschrieben.

Die Strategie der Betriebsleitung muss mit eindeutig definierten Zielen die Herangehensweise beschreiben, mittels derer die Zielvorstellung des Auftraggebers zu erreichen ist. Sie sollte in Form einer strategischen Planung konkretisiert werden. Diese Planung muss die tatsächlichen Ziele darstellen, welche wiederum die Grundlage für die anschließende Geschäftsplanung bilden. Zur Erfüllung der Ziele müssen die Beiträge sämtlicher Organisationseinheiten des CCC sowie die des Auftraggebers festgelegt sein.

Sämtlichen betroffenen Personen muss der Inhalt der Strategie bekannt gemacht und eindeutig erklärt werden. Die Firmenstrategie sollte für die Agenten in geeigneter Weise dargestellt und in regelmäßigen Zeitabständen überprüft werden.

Das Managementsystem muss durch ein eindeutiges System nachgewiesen sein, in dem Strukturen, Prozesse und Verfahren systematisch erklärt sind. Das Managementsystem muss in geeigneter Weise verifiziert sein, z. B. im Hinblick auf:

- a) die Erläuterung der Strukturen und Verantwortlichkeiten;
- b) die Darstellung der Interaktionen innerhalb des Systems;
- c) die Einrichtung von Überwachungssystemen;
- d) die Umsetzung des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses, dem die gesamte Strukturierung der Aktivitäten zur Qualitätssicherung untergeordnet sind;
- e) die Erläuterung der Wechselwirkung zwischen der Vision und der Mission, strategischen Zielen und betrieblichen Zielen.

4.2 Aufgabenstellung

Für jeden Arbeitsplatz oder jede Stelle im CCC muss eine schriftliche Beschreibung der Tätigkeit vorliegen. Darin muss mindestens enthalten sein:

- a) die Zielsetzung der Arbeitsstelle;
- b) die Definition der Arbeitsaufgaben;
- c) die Qualifikation und die Anforderungen (z. B. Ausbildung, Erfahrung und persönliche Eigenschaften);
- d) Fähigkeiten (z. B. kommunikative Fähigkeiten, soziale Fähigkeiten);
- e) Strukturen der Berichterstattung;
- f) Vertretungsregelungen oder funktionelle Ablösungen;
- g) Befugnis hinsichtlich des Treffens von Entscheidungen.