



Customer Services – Dimensionen der Qualität

GABAL

Inhalt

Meinolf Brauer, Vivento Customer Services GmbH Der Weg zur Exzellenz	9
---	---

Dietmar Welslau, Vivento, Deutsche Telekom AG Vivento: Auf dem Weg vom Personalvermittler zum Arbeitsplatz-Entwickler	13
---	----

Personal

Dr. Karl-Heinz Moergel, Vivento Customer Services GmbH Gut ist nicht gut genug: Nur mit exzellent qualifiziertem Personal können Service Center ihre Qualitätsversprechen halten	23
---	----

Prof. Dr. Annette Kluge, Universität St. Gallen Change Management	35
--	----

Prof. Dr. Annette Kluge & Hugo Bellgardt, Universität St. Gallen & DeTeImmobilien GmbH Change Management und die Rolle von Emotionen: Die Rolle des psychologischen Vertrags	41
---	----

Wolfgang Schondey, Deutsche Gesellschaft für Qualität e. V. Der Stellenwert personenbezogener Zertifikate	49
--	----

Organisation

Stephan Gayer, Vivento Customer Services GmbH Finanzielle Steuerung eines großen Call Center- Dienstleisters	59
--	----

Michaela Niß, InVision Software AG Workforce Management in Contact Centern	67
---	----

Hans-Peter Misra, NCR Teradata GmbH Data Warehouse für Call Center	77
---	----

Prof. Dr.-Ing. Helmut V. Fuchs, Fraunhofer-Institut für Bauphysik Bessere Kommunikation dank innovativer Schall-Dämpfer	81
Peter Mertens, DeTeImmobilien Service GmbH Wenn sich Strukturen verändern	97
Christian Aichner, Interstuhl Büromöbel GmbH & Co. KG Siegerqualitäten und gesunde Zukunft	105
Christian Aichner, Interstuhl Büromöbel GmbH & Co. KG Vom richtigen Sitzen und dem richtigen Umgang mit dem Stuhl	111

Technik

Carsten Warta, Genesys Telecommunications Laboratories Outbound gewinnt durch Professionalität	127
Frauke Kaltenbrunner-Schütz, GN Netcom GmbH Professionelle Helfer fürs Ohr	131
Dirk Dannemann, Döres AG Service Center benötigen flexible Vereinbarungen zur Leistungsgüte der IT	141
Bärbel Eylich, Aspect Communications GmbH Integrierte Multichannel Contact Center	147

Qualitätsmanagement

Rudolf Kollai, Vivento Customer Services GmbH Quality made by Vivento Customer Services	155
Torsten W. Roth, SPM-2000 Mehr Erfolg am Telefon durch Emotionale Intelligenz	163

Management und Strategie

Thomas Küsters, Otto Henning & Company Customer Services 2004 / 2005: Eine Bestandsaufnahme	171
Jörg Hübner, PUBLICIS Public Relations GmbH DIN ISO-Kreativität – die Qualität von Kommunikationsagenturen	175
Thomas Horster-Möller, VIVA! Software AG Barrierefreiheit – Kostenfalle oder Business Case	183
Sven von Staden, von Staden & Partner Die Customer Driven Company	193
Katharina Niehus, Katharina Niehus Kommunikation Die Mitarbeiterzeitung – Brückenschlag in der Internen Kommunikation	199
Thomas Küsters & Andreas Rau, Otto Henning & Company Outsourcing-Dienstleister im Customer Manage- ment erfolgreich steuern	205