

Programm VOICE Days plus 2010

Tag 1 - Strategietag

Eröffnungs-Keynote

Die Zukunft der Kundeninteraktion

Servicewelt 2015: Das Ende der Warteschleife

Keynotes 2&3

- Nachhaltige Kundenerlebnisse schaffen
- Vom Saulus zum Paulus
Wie die Telekomunternehmen ihre Serviceversprechen einlösen

Strategieforum für Servicemanager

- Customer Experience beim Serviceeinsatz als Teil Markenstrategie
- Kundengerechte Service-Entwicklung
- Nutzung neuer Servicetechnologien

Networking Dinner + Smart Service Award Verleihung

Tag 2 - Praxistag

Workshop 1

Customer Experience

Workshop 2

Service Automation

Workshop 3

Prozesse & Kollaboration

Workshop 4

Performance Management

Tag 1 - Sessions

Kundendialog 2015



**Servicewelt 2015:
Das Ende der Warteschleife**

Nils Müller
trendne



**Vom Servicemanager zum
Communitymanager**

Max Wittrock

Frühstude 2.0
mymuesli
custom-made cereals

Podiumsdiskussion mit ausgewählten Referenten

Nachhaltige Kundenerlebnisse schaffen



**Wirtschaftlicher Nachweis der
Kundenzufriedenheit
- der Weiterempfehlungsindex**

Thomas Reitstetter **BAUR**



**Sieben Aha Erlebnisse bei
der Kundenbetreuung**

Albert Hirsch, buch.de

Podiumsdiskussion mit ausgewählten Referenten

Vom Saulus zum Paulus - wie die Telekomunternehmen ihre Serviceversprechen einlösen



Kundenstimmung drehen

Marcell D'Avis

1&1



**Telekomunternehmen im
Branchenvergleich**

Dr. Oliver Gaedeke

 **ServiceRating**

Podiumsdiskussion mit ausgewählten Referenten

Networking Dinner + Smart Service Award Verleihung



Tag 1 - Strategieforum für Servicemanager

Von der Service Werkstatt zum Smart Service

Moderation: Thomas Meiren, Fraunhofer IAO
Wilhelm Taurel, AFSMI

Customer Experience beim Serviceeinsatz als Teil Markenstrategie

"Service Economics : The Economic value of services,,

Hilbrand Rustema, Noventum Service Management Consultants

NN

Guido Geller, Miele & Cie KG

Kundengerechte Service-Entwicklung

Die Bargeld Tankstellen der Postbank bei Shell - Cash Cycle Management Solutions optimieren Bargeldkreisläufe zwischen Banken und Handel

Jens Bohlen, Wincor Nixdorf AG

Vom diffusen Service zum klar definierten Angebot

Christian van Husen, Klüber Lubrication München KG*

ServLab - Wie lassen sich neue Services erfolgreich entwickeln?

Thomas Meiren, Fraunhofer IAO*

Nutzung neuer Servicetechnologien

Kundenbindung durch integrierte Ersatzlogistik bei Bizerba

Andres Rebetzky, Bizerba GmbH & Co. KG

"Smartes" Service Management zur Wartung von dynamischen IT Infrastrukturen

Uwe Nowak, IBM Deutschland GmbH

Unterstützung von Servicetechnikern mit mobilen Endgeräten, die einen schnellen Zugriff auf Kunden- und Servicedaten ermöglichen.

NN, Sterling SIHI GmbH*

Papierlose Online-Abwicklung von Reparaturaufträgen unter Nutzung der Kundenplattform myFestool

Jochen Morlock, Festool GmbH*

Powered by



* angefragt, Stand 31.5.2010

Tag 2 – Praxistag Workshops

1. Customer Experience

Die Kundensicht als Quelle für besseren Service

1.1 Vom CRM zum Customer Experience

Silke Bartsch, LMU München

1.2 Wie kann man Kundenerlebnisse einfangen?

Dirk Steffen, TNS Infratest

1.3 Service Innovation durch Kundendialog

Miguel Helfrich, Tchibo GmbH *

1.4 Nachhaltige Kundenerlebnisse gestalten

Nicole Knuchel, Swisscom AG
Glenn Oberholzer, Stimmt

1.5 Customer Experience optimal "managen"

Tillmann Spohr, X-Advisory

1.6 CEM - Kulturrevolution oder nur Marketingmasche?

2. Service Automation

Selbstbedienung über alle Kanäle

2.1 Automatisieren oder Eliminieren?

Stephan Pucker, Ad Scopum

2.2 Voice Self Service: Erfolgsfaktoren im Kundendialog

Hans Schauer, IKEA

2.3 E-Service: Kundenportale, Virtual Agents und Communities

Christian Dugast, tech2biz
Michael Jones, eBay

2.4 Mobile Service: Mobile App oder Mobile Web

Ralf Neugebauer, Immobilienscout
Philipp Dostal, Hotel.de

2.5 Multichannel: Selbstbedienung auf allen Kanälen

Michael Galla, Hansenet / Alice
Daniel Hendling, Deutsche Telekom

2.6 Social Media: Auf Horchstation im Internet

Philipp Rosenthal, Tieto
Sebastian Schmidt, Institute of Electronic Business e.V.
Sabine Hass, result GmbH

3. Prozesse und Kollaboration

Implementierung in der Serviceorganisation

3.1 Der Weg zur organisatorischen Verankerung der Kundensicht

Sven Beiling, SCHOLAND & BEILING

3.2 Komplexität in der Multikanal-Welt besser beherrschen

Dr. Greg Kiss, Versatel *
Hüseyin Dogan, PayPal *

3.3 Knowledge Management als Erfolgsfaktor im Kundendialog

NN, Click & Buy *
Thomas Kunze, Nemetschek *

3.4 "Voice of Customer" als Innovationsmotor für Prozessoptimierung

Jürgen Städtner, Cridion
Verena Huber, E.ON

3.5 Einführung innovativer Supportkonzepte: das richtige Change Management zählt

Dr. Ralf Schengber, Dr.Schengberg & Friends
Björn Behrendt, hiogi
Igor Lakus, Deutsche Telekom *

3.6 Service aus der Wolke oder Wolken Kuckucksheim?

4. Performance Management

Management und Qualitätssicherung

4.1 Lean Management im Service

Mathias Riveiro, Arthur D. Little

4.2 Servicequalität mit Six Sigma steigern

Johannes Wesp, Deutsche Telekom
Dr. Peter Hankofer, Telefonica O2

4.3 Mehr Produktivität in Service

Wolfgang Rensky, Deutsche Post

4.4 Performancemanagement aus Sicht der Arbeitnehmervertreter

Karl-Heinz Brandl, Verdi Innotec

4.5 Mehr Effizient in Training und Coaching

Bernd Wiest, Bernd Wiest Consulting *

4.6 Von Daten bei Wissensträger zu Wissen bei Entscheidungsträger

NN, E.ON *