

Customer Service 4.0: Digitale Transformation im Kundenservice

Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle in der Zeit des digitalen Umbruchs, Auflösung klassischer Strukturen und Auswirkungen von disruptiven Technologien auf den Kundenservice, die Emanzipierung des Kunden durch die digitale Transformation als Chance zur Kundenbindung und -akquise, nutz- und gewinnbringende Vernetzung von Kanälen und Daten

29. und 30. Juni 2016, Hilton Hotel Köln

KEYNOTES

Customer Centricity als Leitbild für das Marketing - Neue Herausforderungen fordern neue Maßnahmen

Sprecher:

Robin Holzbach
Manager CRM & New Media Strategy
Lexus Deutschland

Customer Advocacy - Executing on the Customer's Voice

Sprecher:

Jochen Gaßner
Executive Vice President
Customer Advocacy
Avira Holding GmbH & Co. KG

Das Geheimnis des Erfolges ist, den Standpunkt des Anderen zu verstehen

Henry Ford

REFERENTEN

Kai Schubert
Vice President
Customer Interaction
Air Berlin PLC & Co. KG

Dr. Kai Becker
Abteilungsleiter Kundenservice
comdirect bank Aktiengesellschaft

Robin Holzbach
Manager CRM & New Media Strategy
Lexus Deutschland

Jens Oser
Manager Customer Service DACH
RS Components GmbH

Thomas Berger
Vice President Digital Business
Miltenyi Biotec GmbH

Timo Zöllner
Head of Service Strategy & Development
A1 Telekom Austria AG

Daniel Karadza
Senior Account Executive Banking
Genesys Telecommunications Laboratories GmbH

Markus Wagenmann
Head of CoE Customer Experience
Dürr Systems GmbH

André-Steffen Dahms
Digital Experte
Deutsches Versicherungsunternehmen

Dr. Darius Zumstein
Leiter Digital Analytics & Data Management
Sanitas Krankenversicherung

Sandro Weber
Projektleiter Digitale Marktentwicklung
Sanitas Krankenversicherung

Karlheinz Eberts
Leiter Innovation und Digitalisierung Betrieb
Central Krankenversicherung AG

Christian Farwig
Head of Customer Service
Mister Spex

Karla Bavoľjak
Leiterin Digital Experience
Swiss Life AG

Jochen Gaßner
Executive Vice President
Customer Advocacy
Avira Holding GmbH & Co. KG

Wolfgang Beinbauer
Leiter Marketingstrategie Web
Application Engineering
Fraunhofer IAO

Prof. Dr. Christian Zich
Internationales Marketing- und Vertriebsmanagement
Technische Hochschule Deggendorf

Stefan Grünzner
Geschäftsführer
brightONE Consulting GmbH

CHALLENGE THE EXPERTS

Der Vorsitzende und die aufgeführten Experten initiieren im Rahmen der vorgegebenen Thematik eine interaktive und kontroverse thematische Auseinandersetzung [more...](#)

KNOWLEDGE FACTORIES

Parallel stattfindende Denkfabriken, die eine spezielle Thematik unter Anleitung eines Moderators intensiv durchleuchten [more...](#)

Speednet

Lernen Sie die anderen Konferenzteilnehmer besser kennen, indem Sie direkt mit Ihnen sprechen und Ihre Ansichten sowie Visitenkarten tauschen.

Reception

Setzen Sie Ihr Networking fort, indem Sie unserem Abendempfang am Ende des ersten Konferenztages beiwohnen.

SPONSOR



08.30 Registrierung mit Kaffee und Tee

08.50 Begrüßung durch **marcus evans** und den Vorsitzenden

DIGITALISIERUNG UND NEUE STRATEGIEN

09.00 Case Study

Herausforderungen in der digitalen Transformation

- Messung des digitalen Reifegrads
- Einflussfaktoren & Herausforderungen der digital Strategie
- Welche Rolle spielt die Content Strategie
- KPIs richtig Messen
- Technology Stack für optimale Weiterentwicklung und flexible Anpassung an die Nutzerszenarien

André-Steffen Dahms

Digital Experte

Deutsches Versicherungsunternehmen

09.40 Case Study

Digitale Services in Kundenbeziehungen von Versicherungen

- Digitale Transformation in (Kranken-)Versicherungen
- Digitale Customer Experience durch Digital Services
- Digitale Touch Points und Customer Journey von Versicherungen
- Auswirkungen von Mobile Apps auf die (digitale) Geschäftsprozesse
- Digital Analytics – Das digitale Kundenverhalten und die Nutzung von Digital Services messen und steuern

Dr. Darius Zumstein

Leiter Digital Analytics & Data Management

Sanitas Krankenversicherung

Sandro Weber

Projektleiter Digitale Marktentwicklung

Sanitas Krankenversicherung

10.25 **Speednet**

10.55 **Refreshme**



SPOTLIGHT ON

11.20 Digitale Transformation macht Service zum Produkt – endlich!

- „Service als Funktion“ wird der digitalen Welt nicht mehr gerecht
- Die digitale Transformation muss ganzheitlich aus Unternehmens- und Kundensicht gedacht werden
- Service wird zwangsläufig zum Produkt bzw. Produktbestandteil
- ABER: Bitte kein Hype, sondern fundierte Entscheidungen
- Zwei Beispiele aus brightOne/Genesys-Projekten belegen, dass Service ein Produkt ist:
 - Die Online-Filiale der UniCredit Direct Services
 - Der „Magic Button“ in der Telekom Kundencenter-App

Stefan Grünzner

Geschäftsführer

brightONE Consulting GmbH

Daniel Karadza

Senior Account Executive

Banking

Genesys Telecommunications Laboratories GmbH

12.00 Case Study

Analoge Dinge digital verkaufen

- Kundenbindung: Wie ersetzen wir den persönlichen Kontakt zwischen Verkäufer und Kunden?
- Handarbeit im eCommerce: Wie transportiere ich Qualität bei individuell angefertigten Gütern? Die Customer Service Manufaktur
- Vor und nach dem Abschluss: Unterscheidung zwischen gewollten und ungewollten Kontakten - Customer Service und die Conversion-Rate; weg vom Cost-Center
- Flexibilität gegen Qualität: Was mache ich zu Randzeiten und Wochenende ab – und mit wem?

Christian Farwig

Head of Customer Service

Mister Spex

12.40 Mittagspause

13.50 Kundenpsychologie digitalisiert - optimieren Sie Ihr Online-Verkaufspotenzial!

- Marketing 4.0: wie durch die Digitalisierung Werbung und Vertrieb zusammenwachsen und welche Konsequenzen dies für den Verkaufsprozess hat
- Lenken und leiten von Offline-Kundenentscheidungen: aktuelle empirische Studien zur Analyse der wichtigsten Einflussfaktoren aus Kundensicht
- Go digital: die klassischen offline Verkaufs- und Verhandlungsstrategien intelligent in das digitale Zeitalter transferieren und damit Kunden geschickt in Richtung Kaufentscheidung lenken
- Best- und Worst-Practices: welche webdesign Regeln eingemottet gehören und wie man Usability, Webdesign und Content Marketing in Richtung Verkauf optimiert

Prof. Dr. Christian Zich

Internationales Marketing- und Vertriebsmanagement

Technische Hochschule Deggendorf

CUSTOMER CENTRICITY UND NEUE KOMMUNIKATIONSKANÄLE

14.30 Case Study

Hürden in der Entwicklung von Customer Experience Programmen

- Unterschied Customer Satisfaction und Customer Experience
- Entwicklungsstufen beim Customer Experience Programm
- Anforderung an eine systematische Unterstützung

Markus Wagenmann

Head of CoE Customer Experience

Dürr Systems GmbH



KEYNOTE ADDRESS

15.10 Customer Centricity als Leitbild für das Marketing - Neue Herausforderungen fordern neue Maßnahmen

- Customer Centricity ist quasi ein Deckmantel für alte Werte
- Marketing hat heute mehr Aufgaben als früher
- Marketing ist die Suggestion sein Geld für das richtige ausgegeben zu haben
- Weniger Fokus auf Produktversprechen; mehr auf Markenversprechen
- Customer Centricity ist wichtigster Teil dem Kunden ein gutes Gefühl zu geben

Robin Holzbach

Manager CRM & New Media Strategy

Lexus Deutschland

15.50 **Refreshme**

16.20 Case Study

Digitale Transformation @ Swiss Life - Mit Kundenzentrierung zum Erfolg

- Was verstehen wir bei Swiss Life unter Digitalisierung?
- Welche neuen Trends und Kundenbedürfnisse haben Einfluss auf den Finanzsektor?
- Wie treiben wir gemeinsam mit den Kunden die digitale Transformation voran?
- Wie bauen wir eine Brücke zwischen Tradition und Innovation und entwickeln dabei zukunftsweisende Online-Services?

Karla Bavaljak

Leiterin Digital Experience

Swiss Life AG

17.00 Case Study

LiveChat als Vertriebs- und Servicekanal

- LiveChat als Ergänzung zu bestehenden Kontaktkanälen
- Wann lohnt sich LiveChat
- Case Study: Implementierung bei RS Components GmbH

Jens Oser

Manager Customer Service DACH

RS Components GmbH

17.40 Case Study

Erlebbarer Kundenkommunikation – Bank neu gedacht

- Directbanking und Kommunikationstechniken
- Bank, wo immer und wann immer
- „Stör mich nicht, aber begeistere mich“
- Retailbanking wird schwerer
- Invisible Tsunami – unsichtbares Datenmanagement

Dr. Kai Becker

Abteilungsleiter Kundenservice

comdirect bank Aktiengesellschaft

18.20 Abschließende Worte des Vorsitzenden und Ende des ersten Konferenztages

08.50 Begrüßung durch den Vorsitzenden

E-COMMERCE, SELF-SERVICE UND GEZIELTE NUTZUNG VON DIGITALEN PROZESSEN

09.00 **Kundeninteraktion im Zeitalter der Digitalisierung – was ändert sich?**

- Der Kampf um die letzte Meile
- Die Rolle von Self Services oder Der Kunde auf Augenhöhe
- Customer Experience Design
- Erfolgsmessung

Wolfgang Beinhauer

Leiter Marketingstrategie Web Application Engineering
Fraunhofer IAO

09.40 **Case Study**

Anforderungen der Generationen x-z an den Kundenservice 4.0

- Customer Journey 4.0
- Kanäle, Tools und Prozesse für einen erfolgreichen zielgruppenspezifischen Kunden Service
- Anforderungen an Unternehmen und Service Provider
- WOW – impress your customer

Kai Schubert

Vice President Customer Interaction
Air Berlin PLC & Co. KG

10.20 **Case Study**

eServices in der privaten Krankenversicherung – Benchmark oder die neue Normalität

- Welcher Benchmark gilt für Innovationen im E-Services Bereich?
- Digitalisierung und Automatisierung am Beispiel der Central und Enivas Krankenversicherung
- Individualisierte und intelligente Erklärfilme im Kundenservice
- Ausblick

Karlheinz Eberts

Leiter Innovation und Digitalisierung Betrieb
Central Krankenversicherung AG

11.00 **Refreshme**



KNOWLEDGE FACTORIES

11.30 Factory One

Was macht die digitale Transformation mit Unternehmen

Moderator:

Rüdiger Felleisen

Head of eCommerce & IT (Abteilungsleitung)
HAHN + KOLB GmbH

Factory Two

Best und Worst Practices im e-Commerce, Online-Verkauf und in der Online Unternehmenspräsenz

Moderator:

Prof. Dr. Christian Zich

Internationales Marketing- und Vertriebsmanagement
Technische Hochschule Deggendorf

Factory Three

Wie kann das Beschwerdemanagement durch die Digitalisierung optimiert werden?

Factory Four

Hier ist Raum für Ihren Themenvorschlag.

Ihre Themenvorschläge sind willkommen! Bei unseren interaktiven Knowledge Factories sollen insbesondere Ihre Themen im Mittelpunkt stehen. Initiiert von einem Moderator werden konkrete Herausforderungen der Praxis diskutiert.

12.30 Mittagspause

CUSTOMER ADVOCACY, CUSTOMER INSIGHTS UND CUSTOMER ENGAGEMENT



KEYNOTE ADDRESS

13.45

Customer Advocacy - Executing on the Customer's Voice

- Crowdsourcing Service with Avira Answers and open Social Media
- At the Edge of Customer Service and Customer Insights: Feedback Communities and Beta Testing
- CSAT, UX Testing, Market Research and Analytics
- Delivering Customer Centricity to the Market

Jochen Gaßner

Executive Vice President Customer Advocacy
Avira Holding GmbH & Co. KG

14.25

Case Study

Love it, change it or lose it - Designing Digital Customer Experience

- Die digitale Welt 2020
- Treiber der Digitalisierung
- Gewinner und Verlierer der digitalen Transformation
- Unsere Kunden – Digital Natives & Digital Immigrants
- Kommunikationsverhalten im digitalen Zeitalter
- Auswirkungen auf Kundenkommunikation am Beispiel A1

Timo Zöller

Head of Service Strategy & Development
A1 Telekom Austria AG

15.05 Abschließende Worte des Vorsitzenden und Ende der Konferenz

15.15 Ende der Konferenz

Wir danken allen, die uns bei der Recherche und Konzeption dieser **marcus evans** Konferenz unterstützt haben. Insbesondere möchten wir uns bei den Referenten für ihre Beiträge bedanken.

Kenneth Alaekwe, General Manager Conference Production
marcus evans (Germany) Ltd.

Zielgruppe

Der Geschäftsführung, Leiter und verantwortliche Mitarbeiter u.a. der Abteilungen:

- Kundenservice / Customer Service
- Customer Care / Kundenmanagement
- Customer Experience
- Customer Insight
- Digital Customer Service / Online Kundenservice
- E-Commerce
- E-Business
- CRM
- Sales / Vertrieb
- Marketing / Digital Marketing
- Business Development Service
- Service Development Management
- Kundenbindung
- User support / customer support
- Kundendienst

Karla Bavoľjak

Karla Bavoľjak begleitet seit September 2012 die Swiss Life Schweiz in ihrer digitalen Transformation durch Leitung verschiedener Kommunikations- und Marketingprojekte. In der aktuellen Rolle als Leiterin Digital Experience ist Frau Bavoľjak im internen Innovationsprojekt (One Face to Customer) massgeblich in die Umsetzung und Mitgestaltung der digitalen Strategie der Swiss Life Schweiz eingebunden. In dieser Funktion verantwortet sie das konsistente und personalisierte Kundenerlebnis über verschiedene digitale Touchpoints der Swiss Life Online-Services. Im Fokus liegen dabei die Vermarktung des neuen Serviceportals myworld.swisslife.ch, die Steigerung der Nutzung von Self-Services, genauso wie Aufbau und Management der Swiss Life Kunden-Community. Seit 2010 arbeitet Frau Bavoľjak in den Bereichen Online- und Social-Media Marketing. Vor Ihrer Rolle bei Swiss Life war sie zuletzt für den Aufbau des Onlinegeschäfts der Media Planet Group Schweiz in der Rolle als Partner Manager verantwortlich. Frau Bavoľjak schloss in 2008 das Master of Sciences Studium an der London School of Economics und Political Science ab.

Dr. Kai Becker

Abteilungsleiter/Prokurist Konto & Kredite, comdirect bank AG
Filialdirektor Union Bank AG, Flensburg
Marktbereichsleiter Kiel und Leiter Anlage- und Vermögensberatung, SHB Bank eG
Trainer Landesbausparkasse SH
Hochschuldozent Europa-Universität Flensburg

Karlheinz Eberts

1.2014 - heute: Leiter Innovation und Digitalisierung Betrieb, Central Krankenversicherung
1.2009 - 12.2013: Leiter Dialogmarketing, Envivas Krankenversicherung
10.2007-12.2013: Leiter Neue Medien, Central Krankenversicherung
Diplom-Kaufmann, Universität Köln und
Versicherungskaufmann

<http://about.me/KarlheinzEberts>

Professor Dr. Christian Zich

Professor Dr. Christian Zich (Jahrgang 1962) studierte an der Ludwig Maximilian Universität München Betriebswirtschaftslehre und promovierte von 1990 bis 1995 an der Universität Kassel. Von 1989-1999 war er bei der Siemens AG in verschiedenen Fach- und Führungspositionen im Prozessmanagement, im Marketing und im Vertrieb angestellt. Seit 1999 hat er eine Professur für Internationales Marketing- und Vertriebsmanagement an der Technischen Hochschule Deggendorf. Seine Forschungs- wie Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen, Verkaufskompetenz und Marketing 4.0.

Dr. Darius Zumstein

Dr. Darius Zumstein ist Dozent, Forscher und Kursleiter im Bereich E-Commerce an der Hochschule Luzern und Digital Analyst bei Sanitas Krankenversicherung in Zürich, wo er als Leiter Digital Analytics & Data Management das Web Analytics, App Analytics und (Social) Web Monitoring aufbaute. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Freiburg (Schweiz), wo er am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik als Forschungsassistent arbeitete und zum Thema Web Analytics promovierte. Als externer Web Analytics Consultant der BMW AG sowie als Web Analytics Manager bei der Scout24 Group und Kabel Deutschland sammelte er wertvolle Berufserfahrung in Deutschland.

Sandro Weber

Sandro Weber ist Projektleiter Digitale Marktentwicklung bei Sanitas Krankenversicherung in Zürich und ist verantwortlich für die Entwicklung und Einführung von digitalen Angeboten für die Marktbearbeitung. Er studierte Multimedia Techniker HF und Wirtschaftsingenieurwesen an der Fachhochschule St. Gallen, wo er sich insbesondere für die Wirkung von Online-Service auf die Kundenbindung interessierte. Wertvolle Berufserfahrungen sammelte er bei den Agenturen Futurecom interactive sowie Plan.Net Suisse für interaktive Kommunikation.

Kai Schubert

Master in Service Marketing an der Dublin City University. Mehr als 15 Jahre Erfahrung im Bereich Strategie, Customer Experience Management und Customer Service und Loyalty bei großen Konzernen im IT und Travel Umfeld (Siemens, Deutsche Telekom, Tüv Nord, Lufthansa, Air Berlin). Langjährige Auslandserfahrung.

Stefan Grünzner

ist seit über 20 Jahren im Kundenservicemarkt tätig. Als Berater war er an über 30 Kundenservice-Innovationsprojekten beteiligt. Als verantwortlicher Leiter der Business- und Technologieberatung der Tieto Deutschland GmbH konnte er den Technologieanbieter erfolgreich auf dem Weg zu beratungs- und lösungsorientierten Ausrichtung begleiten. Seit Oktober 2015 ist Stefan Grünzner als Geschäftsführer der brightONE Consulting GmbH (Nachfolgegesellschaft der Tieto Deutschland GmbH) tätig und verantwortet alle operativen und kundennahen Bereiche.

Daniel Karadza

absolvierte ein Studium im Bereich Informations- und Kommunikationstechnik an der Fachhochschule Frankfurt a. M. Anschließend war er 4 Jahre Consultant im Bereich Unified Communications & Collaborations bei einem unabhängigen Systemhaus. Zuletzt war er 3 Jahre bei Siemens Enterprise Communications / Unify GmbH & Co. KG als Senior AM im Branchenvertrieb Insurance. Seit 01.10.2014 ist er Senior Account Executive im Bereich Financial Services bei Genesys Telecommunications.

Timo Zöller

Der gelernte Betriebswirt hat seine gesamte berufliche Laufbahn den Kunden gewidmet. Ob als Marketingleiter bei der Schenker Deutschland AG oder als Leiter des Kampagnenmanagements bzw. des Business Center Care bei A1 stand immer der Kunde im Mittelpunkt seiner Handlungen. Seit Jänner 2015 ist er auch für Digitalisierung & Strategie in Customer Service von A1 verantwortlich. Dabei verfolgt er das Ziel, Kunden das identische Service auf allen Kontaktkanälen zu bieten – egal ob persönlich oder digital. „Um bestes Service zu bieten, sind wir dort wo unsere Kunden uns erwarten- analog und digital.“

Über den Sponsor



brightONE ist der Spezialist für Customer-Experience-Management. Von Beratung über Systemintegration bis Betrieb & Support sind wir die Nr. 1 für komplexe Contact-Center-Projekte in Deutschland.

Genesys ist ein führender Anbieter für Omnichannel-Kundenerlebnisse und Contact-Center-Lösungen. Die Lösungen von Genesys unterstützen Unternehmen aller Größenordnungen bei der Bereitstellung einer hervorragenden Service-Erfahrung und der Verbesserung ihrer Unternehmensergebnisse.