

CALLCENTER WORLD® 2012

Den Kundenservice neu erfinden!



- **CRM, Beschwerdemanagement, Kundenbindung**
Gewagter Kontrollverlust vs. Marktmacht des Kunden
- **Payday Social Media**
Netzwerkerfolge zwischen ROI & Datenfriedhof
- **Wie viel ist die Privatsphäre noch wert?**
Direktmarketing vs. Datenschutz
- **Qualitätsmanagement auf dem Prüfstand**
Kennzahlen, Monitoring, Prozessoptimierung
- **Der Mitarbeiter als ewigjünger Alleskönner?**
Entwicklung, Bindung, Vergütung

Mit Keynotes und Diskussionen u. a. von:



Prof. Dr. Claus Hipp
HiPP-Werk Georg Hipp



Max Wittrock
mymuesli



Olivia Jones
Promi-Gastronomin



Stephan Weltring
Aktion Mensch



Michael Mette
IKEA Deutschland

Messe 28. Februar – 1. März 2012

Kongress 28. + 29. Februar 2012

Den Kundenservice neu erfinden

Innovations-Tag 27. Februar 2012

Das choreographierte Kundenerlebnis:
Sinfonie von Mensch & Technik!

Inspirations-Tag 1. März 2012

6 exklusive Workshops: Führung,
Performance, Kundenbindung



KONGRESSPROGRAMM



Überblick

	Seite
Fachbeirat, Ministergrußwort	2
Grüßworte	3
Kongress Agenda 2012 in der Übersicht	4
Ihr Referententeam	5
Innovations-Tag	6-7
Kongress – 1. Tag	8-9
Kongress – 2. Tag	10-11
Inspirations-Tag – Ihre 6 Exklusiv-Workshops	12-13
Der CAI-Award 2012	14-15
Messe Die Messe 2012	16
Messe-Highlights	17-18
Premium-Sponsor	19
Bilder, Menschen, Emotionen – darum lohnt es sich	20-21
Kooperationspartner/Veranstaltungsticket	22
Sponsoren	23-25
Ausstellerverzeichnis A-Z	26-38
Highlights 2012 und Hallenplan	39
Anmeldung	40

Grüßwort des Bundesministers

Moderne Kommunikation und die reibungslose Übertragung der rasant wachsenden Datenmengen via Internet spielen heute – gut 20 Jahre nachdem die erste Website online ging – eine wesentliche Rolle für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Das Internet ist zur **Lebensader der digitalen Welt** geworden. Hier entstehen fortlaufend neue Chancen für spannende Geschäftsmodelle und wirtschaftliches Wachstum.

Die Call Center-Branche ist ein gutes Beispiel dafür, wie auf Basis einer gut ausgebauten Telekommunikations-Infrastruktur wirtschaftlicher Erfolg und **neue Arbeitsplätze in Deutschland** gedeihen können. Darauf lässt sich aufbauen. Wir werden deshalb den Netzausbau in Deutschland auf Basis der wettbewerbsorientierten und technologieoffenen Breitbandstrategie weiter vorantreiben.

Stärke und **Innovationskraft des Service Center-Standorts** Deutschland resultieren aber nicht nur aus moderner Infrastruktur, sondern werden vor allem auch durch motivierte und gut ausgebildete Fachkräfte gesichert. Für die Call Center-Branche haben wir deshalb neue Ausbildungsordnungen als „Servicefachkraft für Dialogmarketing“ sowie als „Kaufmann für Dialogmarketing/Kauffrau für Dialogmarketing“ erarbeitet.

Die CallCenterWorld® hat sich zur europäischen Leitmesse für den Bereich Contact Center entwickelt, der in den vergangenen Jahren bei Umsatz und Beschäftigung deutlich zulegen konnte. Auf diesem Weg wünsche ich **allen Ausstellern, Kongressteilnehmern und Besuchern weiterhin viel Erfolg.**

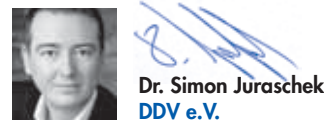
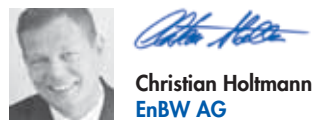
Ihr




Dr. Philipp Rösler
**Bundesminister für
Wirtschaft und Technologie**



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



**Unser Fachbeirat: Ihre Qualitätsgarantie für
Kompetenz, Aktualität und Praxisnähe**

Grußwort des Veranstalters

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Branchenexperten,

die größte Stärke der Branche war schon immer die Weiterentwicklung. Aktuell steht uns ein größerer Wandel als je zuvor bevor: Dürfen wir uns überhaupt noch Call Center nennen? Oder geht es in Zukunft vielmehr um **Kundenservicemanagement** durch Rundum-Service-Experten? Diese Frage diskutieren führende Köpfe des Dienstleistungssektors mit Ihnen zur 14. CallCenterWorld®.

Wir leben in einem modernen **Zeitalter der Transparenz**. Doch sind Weltoffenheit, Kundenwünsche und Unternehmenswerte tatsächlich durchschaubarer und begreifbarer geworden? Offenheit wird für Unternehmen oftmals zum Problem. Wie groß es ist, glauben wir allesamt zu wissen. Wie groß es werden kann, können jedoch selbst Datenschützer und Experten nur erahnen. Unsere Antwort im Kongress: Erstberichte, Praxiserfolge und Evaluation.

Kommunikationsstrukturen befinden sich im Wandel – am Scheideweg. Das Ende der Service-Welt, wie wir sie kannten, ist erreicht.



S. Bauschert

Sigrid Bauschert
Vorstand
Management Circle AG

Und mittendrin stets: Der Faktor Mensch – der **Mitarbeiter**, der **Kunde**, der **nimmersatte Kritiker**. Wie sind **CRM** und Mitarbeiter-**RM** zwischen **Kostendruck** und **Stressoren**, Ethik und Ehrlichkeit im Serviceversprechen umsetzbar? Und was sind **Privatsphäre**, **Wartezeiten** und **Servicequalität** heute überhaupt wert?

Im Fegefeuer der aktuellen **Imagedebatte** und zugleich stetig neu aufkommenden Meinungen in der „sozialen“ Öffentlichkeit bleibt es also spannend. Und es müssen dringend Prozessoptimierungen und Lösungen her, denn unsere Mitarbeiter und Kunden sind Menschen, keine Daten. Packen Sie es also an und spiegeln Sie Maßnahmen und Lösungsansätze mit uns!

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen und uns allen eine frische und impulsreiche CallCenterWorld® 2012 in Berlin...



Janice Köser

Janice Köser
Kongress Managerin
Management Circle AG

Grußwort der Präsidenten der Call Center Verbände

Verehrte Damen und Herren,

wenn sich die Branche im Februar 2012 in Berlin auf Europas führender Leitveranstaltung trifft, dann zeigt sich neben Vertrautem auch vieles neu. Der strukturelle Facelift des Vorjahres wurde konsequent weitergeführt und eröffnet noch mehr Möglichkeiten zu Interaktivität und Erfahrungsaustausch – und das ist es doch, was wir als Teil einer kommunikationsstarken Branche schätzen.

Unter dem Leitmotto „Den Kundenservice neu erfinden!“ diskutieren **Brancheninsider und Newcomer** über die Anforderungen des Kundendialogs der Zukunft und wie wir uns darauf vorbereiten können. Denn eines ist sicher, Anforderungen steigen und die gleichzeitige **Nutzung verschiedenster Medien und Kanäle** wird weiter voranschreiten.

Dabei werden uns auch die verschiedenen Gesetzesvorhaben, wie **kostenfreie Warteschleife**, **Einschränkungen des Monitoring** im Arbeitnehmerdatenschutz, die schriftliche Bestätigung telefonisch geschlossener Verträge oder **Mindestlohn** und **demografische Entwicklung** im Kongress begleiten. Ist das Thema Social Media schon überall angekommen?

Sind der Einfluss, die Chancen und Risiken dieser Dialognetzwerke auf die Kundenbeziehung wirklich so hoch, wie vor ein, zwei Jahren beschrieben? Wie also können wir den Kundenservice neu erfinden?

Als Vorsitzende der führenden Branchenverbände Österreichs, der Schweiz und Deutschlands sowie als Mitglieder des europäischen Call Center Dachverbandes ECCCO möchten wir Sie herzlich einladen, sich über Best Practice-Lösungen zu informieren, neue Impulse aufzunehmen und auch vom abendlichen Networking eines internationalen Teilnehmerfeldes zu profitieren.

Contact Center werden auch weiterhin ein Wirtschaftszweig mit großer Zukunftsperspektive sein, die sich vielfältigen Kundenanforderungen stellen und **aktiv moderne Dialoglösungen gestalten** – auch wenn sie in einigen Jahren völlig anders aussehen werden.

Seien Sie mit dabei und bleiben Sie vorne dran, wenn es darum geht: Den Kundenservice neu zu erfinden. Wir freuen uns auf viele anregende Kontakte mit Ihnen.



Georg Mack
Präsident
Call-Center-Forum.at



Manfred Stockmann
Präsident
Call Center Verband
Deutschland e.V.



Dieter Fischer
Präsident
CallNet.ch

Das choreographierte Kundenerlebnis: Sinfonie von Mensch & Technik!

09.00 – 18.00 **Die Kundensicht wahrnehmen • Mitarbeiter-Innovationen in Einklang bringen • Contact Center-Technologien mit Beifall aufnehmen**

Der Innovations-Tag wurde für Sie gestaltet, um Austausch zu fördern sowie Experten und Praktiker zu diesen 3 Schlüsselthemen der Branche zusammen zu führen. Der moderne Kunde hat heute mehr individuelle Entscheidungsfreiheiten und Zugang zu Servicealternativen als je zuvor. Das Hinterfragen und Verstehen des Entscheidungsprozesses ihrer Kunden ist für Unternehmen überlebenswichtig geworden.

Plus Speed Networking: 5 Themen, 50 Kontakte in 50 Minuten?! Denken Sie an Ihre Business Cards!

ab 18.10 Uhr – **unser CCWine & Talk**

Kongress

28. + 29. Februar 2012

Kundenbeziehung & Mitarbeiterführung: Das Ende der Service-Welt, wie wir sie kannten

- | | | | |
|-------|--|-------|---|
| 08.15 | Registrierung und Empfang | 14.30 | III. Der Mitarbeiter als verschmähte Zielgruppe? Entwicklung, Bindung, Vergütung |
| 08.55 | Eröffnung der CallCenterWorld® 2012 | 16.00 | Kaffee- und Kommunikationspause, Messebesuch |
| 09.00 | I. Kundenbindung zwischen Kuschnern & Wellenbrechern | 16.30 | IV. Wenn Kunden immer aggressiver werden – der Mitarbeiter der Zukunft als ewigjünger Alleskönner? |
| 11.00 | Kaffee- und Kommunikationspause, Messebesuch | 18.30 | Ende des 1. Kongress-Tages |
| 11.30 | II. Sünden, Vergebung, Versöhnung? Fehler und Chancen im Serviceversprechen | | |
| 13.15 | Gemeinsamer Business Lunch (Buffet: 12.30-14.15) | | |

The Champions on Stage
ab 19.30 Uhr – Die CA+Award Gala-Nacht für die Call Center Manager des Jahres

Zukunftsstrategie, Qualitätsmanagement & neue Kommunikationswege

- | | | | |
|-------|---|-------|---|
| 08.55 | Einleitung in den 2. Kongress-Tag | 14.30 | VII. Social Media am Scheideweg – (drin) sein oder nicht sein? |
| 09.00 | V. Der Schmale Grat der Prozesse: Nichts ist so beständig, wie der Wandel | | <u>Wählen Sie Ihr Nachmittagsforum:</u> |
| 10.30 | Kaffee- und Kommunikationspause, Messebesuch | | Forum 1 |
| 11.00 | VI. Qualitätsmanagement auf dem Prüfstand – denn Kunden sind Menschen, keine Daten | | Erstberichte, Erfolge & Evaluation hautnah: Warum es wichtig ist, unter den Ersten zu sein |
| 13.15 | Gemeinsamer Business Lunch (Buffet: 12.30-14.15) | | Forum 2 |
| | | | Entgegen dem Herdentrieb planen: Zahlt sich Zurückhaltung aus? |
| | | 17.55 | <u>Gemeinsames Finale:</u> |
| | | | Anders als artig – Selbstvermarktung à la Olivia Jones! |

Für Social Media Enthusiasten

Für Social Media Kritiker

Englische Simultanübersetzung im Kongress!

Get ready to play!
ab 18.30 Uhr – Die CallCenterWorld®-Party 2012

Inspirations-Tag

1. März 2012

Führung, Performance, Kundenbindung

Sie entscheiden! Stellen Sie Ihre Brennpunkthemen in 2 von 6 exklusiven Workshops individuell zusammen

09.00 – 12.00: Workshops 1-3 am Vormittag (Pause: 10.30 – 11.00)

Fit zur Führung

Mitarbeiter & Leiter für den Alltag stärken

Less Stress!

Belastungsspitzen erfolgreich managen

Performance Management & Qualität

Kommandobrücke Call Center im Blick

12.00 – 13.30: Gemeinsamer Business Lunch

13.30 – 16.30: Workshops 4-6 am Nachmittag (Pause: 15.00 – 15.30)

Strategische Kundenbindung

...und die wahre Bedeutung von CRM

Seminartheater Klappe die 2.

Beschwerdemanagement ganz unbeschwert

Leitung im Spannungsfeld

Ethik & Kostendruck: Raus aus der Sackgasse



Christoph Ahmadi
Director Sales & Marketing
SUPER RTL, RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG, Köln



Olivia Jones
Promi-Gastronomin, Society-Reporterin, selbsternannte Bürgermeisterin von St. Pauli



Brigitta Rudolf
Projektleiterin „BestAge“
Swisscom Schweiz AG
Bern



Guido Augustin
PR- und Social-Media-Experte
Apfelbäumchen pflanzen!
Mainz



Ute Kohler
Bereichsleiterin Direkter Kundenservice, **Berliner Volksbank eG**, Berlin



Dr. Wolfgang Schneiderheinze
Geschäftsführender Gesellschafter
menschenspiegel UG, Rodgau



Daniel Backhaus
Social Media Berater für die Deutsche Bahn,
Köln/Frankfurt



René Liendl
Process & Quality Manager
Tele2 Telecommunication GmbH, Wien
(CA+Award-Sieger 2011)



Julia Schramm
Freie Autorin und Bloggerin
Spackeria
Berlin



Rüdiger Bohn
Managing Sales Consultant
Cisco Systems GmbH,
Düsseldorf



Marcello Maggioni
Executive Vice President – Customer Group
Sky Deutschland AG
Unterföhring



Dr. Christian Schulmeyer
General Manager D/A/CH
Attensity Group
Kaiserslautern



Prof. Dr. Matthias Burisch
Universität Hamburg
Burnout-Institut Norddeutschland
Hamburg



Andrew Maher
Avaya Consultant & Certified Social Media Strategist
Avaya Deutschland GmbH
Frankfurt/M.



Torsten Schweizer
Leiter Marketing und Einkauf
HAKA Kunz GmbH
Waldenbuch



Francesco Canzano
Leiter Kundendienst
Elektrizitätswerke des Kantons Zürich
(CA+Award-Sieger 2011)



Jens Marquardt
Direktor
AWD Kunden Service-Center
Hannover
(CA+Award-Sieger 2011)



Matthias Singer-Fischer
Geschäftsführender Gesellschafter
Level 4.0 GmbH
Köln



Prof. Dr. Johannes Caspar
Hamburgischer Beauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit, Hamburg



Aeneas McDonell
Managing Director
Portfolio Marketing
The Economist
London



Daniel Stier
Freischaffender Fotograf
London



Kai Czeschlik
Managing Director Marketing & Sales, **FONIC GmbH (a Telefónica Company)**, München



Michael Mette
Stv. Geschäftsführer
IKEA Deutschland GmbH & Co. KG, Hofheim-Wallau



Dr. med. Olaf Tscharnetzki
Leitender Betriebsarzt
Unilever DACH
Hamburg



Thomas Dorn
Leiter Personalplanung, -marketing und Rekrutierungsgrundsätze, **Techniker Krankenkasse**, Hamburg



Torsten Mooren
Speaker & Coach
Mooren | Coaching . Consulting . Training
Hamburg



Oliver Wagner
Stv. Geschäftsführer
Medicall AG
Brüttisellen



Thorsten Franz, Inhaber
Thorsten Franz Consulting
Essen; ehem. Leiter Marketing, **neckermann.de**
Frankfurt/M.



Torsten Niemann
Bereichsleiter
Kundenmanagement
Lichtblick AG, Hamburg



Dipl.-Psych. Kirsten S. Warnken
Dozentin, **Apontas Akademie, Apontas GmbH & Co. KG**
Sumte



Prof. Dr. Peter Gentsch
Lehrstuhl für CRM
Hochschule Aalen



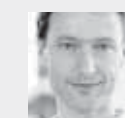
Gero Niemeyer
Geschäftsführer
Deutsche Telekom Kundenservice GmbH, Bonn



Stephan Weltring
Leiter Service Center
Aktion Mensch
Bonn



Stefan Hagen
Coach, Autor und Moderator („Hagen hilft!“)
Wipperfürth



Mark Pohlmann
Geschäftsführer
MAVENS GmbH
Hamburg



Max Wittrock
Geschäftsführer
mymuesli GmbH
Passau



Prof. Dr. Claus Hipp
Unternehmer
HiPP-Werk Georg Hipp OHG
Pfaffenhofen



Holger Richard M.A.
Bürgermeister der Gemeinde Bad Laer
Landkreis Osnabrück

Die ausführlichen Referentenprofile finden Sie unter:
www.callcenterworld.de



„Das choreografierte Kundenerlebnis: Sinfonie von Mensch & Technik!“

Die Kundensicht wahrnehmen, Innovationen rund um den Mitarbeiter in Einklang bringen und Contact Center-Technologien mit Beifall aufnehmen...

Der Innovations-Tag wurde für Sie gestaltet, um Experten und Praktiker zu diesen 3 Schlüsselthemen der Branche zusammen zu führen und professionellen Austausch zu fördern. Der moderne Kunde hat heute – stärker denn je zuvor – individuelle Entscheidungsfreiheiten und Zugang zu Servicealternativen. Das Hinterfragen und Verstehen des Entscheidungsprozesses ihrer Kunden ist für Unternehmen überlebenswichtig geworden.

Ihr Plus: 5 Themen, 50 Kontakte in 50 Minuten? Denken Sie an Ihre Business Cards!

Lessons Learned +
Speed Networking



Ihr

Phil Winters

Vorsitz: Phil Winters, Strategic Advisor, **Peppers & Rogers Group**, Heidelberg



08.30 Registrierung und Empfang
09.00 Eröffnung des Innovations-Tages

09.15 **Aus Sicht des Kunden denken, messen, handeln!** **Kunden haben die Kontrolle über die Interaktion mit Unternehmen übernommen**



- Wie sieht dieser Wandel aus der Perspektive des Kunden aus?
- Mit welchen Mitteln können wir noch ein positives Kundenerlebnis erzielen?
- Wie schaffen wir die richtige Balance zwischen Social Media und den persönlichen Kundenkontakten?

Phil Winters, Strategic Advisor, **Peppers & Rogers Group**, Heidelberg

09.45 **Customer Loyalty – Maß aller Dinge?**



- Loyalität kann man nicht kaufen oder: falsch verstandene Kundenbindung
- Ohne Basics geht es nicht – Pflicht und Kür
- Loyalität in Maß und Ziel

Thorsten Franz, Inhaber, **Thorsten Franz Consulting**, Essen; ehem. Leiter Marketing, **neckermann.de**, Frankfurt/M.; ehem. Geschäftsführer, **CAP GmbH** (HappyDigits), Düsseldorf

10.15 **How to improve customer loyalty? Value Awareness Marketing:** **The way forward to happy clients is the way for happy business?**



- Working only on the value side of VAM equation is a recipe for failure
- "Product is king" but then... Customer is emperor
- Keep it simple: clients give value only to what they know/use

Marcello Maggioni, Executive Vice President – Customer Group, **Sky Deutschland AG**, Unterföhring

10.45 Kaffee- & Innovationspause

11.15 **Das Kundenmanagement – notwendiger Baustein in der Kundenbeziehung**



- Warum ist ein gutes Kundenmanagement heute wichtiger denn je?
- Welche Veränderungen kommen in der Zukunft auf das Kundenmanagement zu?
- Was können/sollen die Mitarbeiter leisten?

Torsten Niemann, Bereichsleiter Kundenmanagement, **Lichtblick AG**, Hamburg

11.45 Sicher durch stürmische Gewässer. Prozess- und Qualitätsmanagement als Grundlage für Kostensenkungen im Contact Center



- Qualität steigern und Kosten senken – geht das?
- Unternehmen, Mitarbeiter, Kunde – der Blick durch die 3D-Brille des Prozess- und Qualitätsmanagers
- Fair Play für alle – Prozess- und Qualitätsmanagement mit Outsourcing Partnern

René Liendl, Process & Quality Manager, **Tele2 Telecommunication GmbH**, Wien CAI-Award-Sieger 2011

12.15 Klein, aber oho! Von Mensch zu Mensch – das Service Center der Aktion Mensch



- Der Stellenwert des Kundenservices in einer Non-Profit-Organisation
- Der Kunde zwischen Mensch und Maschine
- Mitarbeiter informieren, qualifizieren, coachen und motivieren

Stephan Weltring, Leiter Service Center, **Aktion Mensch**, Bonn

12.45 Gemeinsamer Business Lunch

14.15 Panel-Session: Innovations-Management 4.0: Was ist Vision, was kann umgesetzt werden? Ist der Kunde bereit ... für uns?

14.45 Ein Migrationsbericht: Notrufzentralen & Contact Center-Betrieb auf der UC-Plattform – geht das?



- Treiber für die Migration einer klassischen IP-PBX zu Lync & Lean Unified Customer Service
- Ist die Zeit schon gekommen für UC in einer Notrufzentrale?
- Der Nutzen für Agenten, Mediall und Kunden/Auftraggeber

Oliver Wagner, Stv. Geschäftsführer, **Mediall AG**, Brütisellen, Schweiz

15.15 The New Collaboration Experience



- Kommunikation im Wandel
- Vom PC zum virtuellen Desktop
- Der maßgeschneiderte Arbeitsplatz

Rüdiger Bohn, Managing Sales Consultant, **Cisco Systems GmbH**, Düsseldorf

15.45 Freundlich oder konsequent?



- Wertschätzung zählt sich aus: Wie Sie Ihre Kunden in Bewegung bringen
- Effektives Forderungsmanagement

Dipl.-Psych. Kirsten S. Warnken, Unternehmensberaterin und freiberufliche Dozentin der Apontas Akademie, **Apontas GmbH & Co. KG**, Sumte

16.15 Kaffee- & Innovationspause

16.45 Speed-Networking-Session

Ihre 5 Themen – Sie haben es in der Hand...

1. **Prozessdesign**
2. **Virtuelle Arbeitsplatzlösungen**
3. **Customer Experience Management**
4. **Mitarbeitermanagement**
5. **Call Center-Erfolgsrezepte im Marketing**



18.00 Ende des Innovations-Tages

Gemeinsamer Übergang zum CCWine & Talk

Ab 18.10 Uhr – lassen Sie den Tag bei Ihren ganz persönlichen Innovationen ausklingen...



Kundenbeziehung & Mitarbeiterführung: Das Ende der Service-Welt, wie wir sie kannten

Know-how auf höchstem Niveau – ich freue mich auf Sie im Plenum!



Ihr

Vorsitz: Thomas Hohlfeld, Geschäftsführender Gesellschafter, **Ribbon & Partner**, Hamburg

08.00 Registrierung und Empfang

08.50 **Eröffnung der CallCenterWorld® 2012**

Brennpunkt Kundenbindung zwischen Kuscheln und Wellenbrechen: Lügen ohne rot zu werden oder die Macht der Ehrlichkeit?

09.00

Impuls A

Paradigmenwechsel im Datenschutz: Vom Big Brother-Staat zur Überwachungsgesellschaft



Prof. Dr. Johannes Caspar
Hamburgischer Beauftragter für
Datenschutz und Informationsfreiheit, Hamburg

Impuls B

Web 2.0 essen Privatsphäre auf. Privatsphäre als DAS Geschäftsmodell der nächsten 10-15 Jahre?



Julia Schramm
Freie Autorin und Bloggerin
Spackeria, Berlin

Panel: Was ist Privatsphäre überhaupt wert? Der schmale Grat zwischen Kennen und Aushorchen

10.00

Identitäts- & Qualitätsmanagement – wenn ich Kinder anspreche, aber Eltern gewinnen muss!



- Management und Führung von Dachmarken ...
- Qualitätssicherung ...
- Marketingkampagnen ...
- ... in einem Kinder- und Familienunterhaltungsunternehmen

Christoph Ahmadi, Director Sales & Marketing, **SUPER RTL, RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG**, Köln

10.30

Dafür stehe ich mit meinem Namen – Ethik im Wirtschaftsleben



- Die Zeit der unerschöpfbaren Ressource „Arbeitskräfte“ ist vorüber
- Arbeitskraft so einsetzen, dass wir die größtmögliche Wirkung haben
- Anständiges Miteinander, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein

Prof. Dr. Claus Hipp, Unternehmer, **HIPP-Werk Georg Hipp OHG**, Pfaffenhofen

11.00

Kaffeepause – Raum für Kommunikation, Austausch und Messebesuch

Sünden, Vergebung, Versöhnung? Fehler und Chancen im Serviceversprechen

11.30

Warten auf Service war gestern – so machen Sie Ihre Kunden zu Fans!



- Top-Servicequalität und Servicedifferenzierung – begeistern Sie Ihre Kunden in jedem Kontakt!
- Agent 2.0 – unsere Antwort auf gestiegene Kundenanforderungen!
- Effizienter und innovativer Kundenservice – beeinflussen Sie aktiv mit!

Gero Niemeyer, Geschäftsführer, **Deutsche Telekom Kundenservice GmbH**, Bonn

12.00

Mittendrin statt nur dabei: Innen kultivieren, was der Kunde außen wahrnimmt



- Kennzeichen einer erfolgreichen Unternehmenskultur auf Basis einer tragenden Geschäftsidee
- Selbstwahlprinzip und Serviceleistung: Scheinbare Widersprüche erfolgreich verknüpfen
- Mitarbeiter zum Teil des Ganzen machen – Markenpflege beginnt innen

Michael Mette, Stv. Geschäftsführer, **IKEA Deutschland GmbH & Co. KG**, Hofheim-Wallau

12.30

Executive Round Table:

Kundenbindungskonzepte: CRM, Customer Life Cycle Management und Kundenwert

- Christoph Ahmadi, Director Sales & Marketing, **SUPER RTL, RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG**, Köln
- Jens Bormann, Geschäftsführender Gesellschafter, **buw Holding GmbH**, Osnabrück
- Prof. Dr. Claus Hipp, Geschäftsführer, **HIPP-Werk Georg Hipp OHG**, Pfaffenhofen
- Michael Mette, Stv. Geschäftsführer, **IKEA Deutschland GmbH & Co. KG**, Hofheim-Wallau
- Gero Niemeyer, Geschäftsführer, **Deutsche Telekom Kundenservice GmbH**, Bonn

! Jetzt abstimmen !



13.15 Gemeinsamer Business Lunch

Der Mitarbeiter als verschmähte Zielgruppe? Entwicklung, Bindung, Vergütung

14.30 **Denn die Ressource Mensch ist nicht unendlich! Ein heißes Eisen und wo es endet...**



- Mangelware Fachkräfte: Der Stress mit dem demografischen Wandel
- Alte Hasen und junge Füchse: Die Mischung macht's
- Von den Kleinen lernen: Personalentwicklung mit M.U.M.M.

Stefan Hagen, Coach, Autor und Moderator, („Hagen hilft!“), Wipperfürth

15.00 **Geschlechterkampf im Kundenkontakt: Frauenquote vs. Männerbeauftragter**



- Zickenalarm oder Flirtfaktor – Erfahrungsbericht aus dem internationalen Netzwerk
- Von Frau zu Frau – wie KundINNEN zu Fans werden
- Mitarbeiterpolitik im Kontext demografischer Veränderung und internationaler Wachstumsstrategie

Verena Fink, Director Customer Focus, **QVC Deutschland Inc. & Co. KG**, Düsseldorf

15.30 **Unternehmenskultur als Wettbewerbsfaktor? Denn Geld ist nicht alles!**



- Die HR-Strategie der TK: Mitarbeiter als entscheidender „Faktor“ im Wettbewerb
- Die demografische Entwicklung als Treiber
- Der Arbeitgeberwettbewerb „Great Place to Work“: Ziele, Ergebnisse & Effekte für die TK

Thomas Dorn, Leiter Personalplanung, -marketing und Rekrutierungsgrundsätze, **Techniker Krankenkasse**, Hamburg

16.00 Kaffeepause – Raum für Kommunikation, Austausch und Messebesuch

Wenn Kunden immer aggressiver werden – der Mitarbeiter der Zukunft als ewigjünger Alleskönner?

16.30 **Wo nur die Fluktuation stabil ist: Burnout als Herausforderung für Führungskräfte, vor allem in Service Centern**



- Woran man Burnout erkennt – bei sich und anderen
- Was Burnout auslöst
- Wie man gegensteuern kann – bei sich selbst und Mitarbeiter(inne)n

Prof. Dr. Matthias Burisch, Universität Hamburg, **Burnout-Institut Norddeutschland**, Hamburg

17.00 **Der Mitarbeiter der Zukunft – ein ewigjünger Alleskönner?! Kundenbedienung auf Augenhöhe**



- Wer zählt zu den BestAgers?
- Fachliche und technische Herausforderungen?
- Welche Erfahrungen machen wir mit den BestAgers?

Brigitta Rudolf, Projektleiterin „BestAge“, **Swisscom Schweiz AG**, Bern

17.30 **Executive Round Table:**

Nachhaltige Pflege der Ressource „Mensch“: Fachkräftemangel, Stressoren, Preismodelle, Mindestlohn

- Prof. Dr. Matthias Burisch, Universität Hamburg, **Burnout-Institut Norddeutschland**, Hamburg
- Thomas Dorn, Leiter Personalplanung, -marketing und Rekrutierungsgrundsätze, **Techniker Krankenkasse**, Hamburg
- Verena Fink, Director Customer Focus, **QVC Deutschland Inc. & Co. KG**, Düsseldorf
- Stefan Hagen, Coach, Autor und Moderator, („Hagen hilft!“), Wipperfürth
- Brigitta Rudolf, Projektleiterin „BestAge“, **Swisscom Schweiz AG**, Bern

! Jetzt abstimmen !



18.30 Ende des 1. Kongress-Tages

The Champions on Stage – die CAT-Award Gala-Nacht

Ab 19.30 Uhr – Festival Center des Estrel Hotels

And the winner is: Top-Performer hautnah, erstklassig und emotional! Erleben Sie Innovation, Inspiration und Macherqualitäten. Die Verleihung des CAT-Awards für den Service Center Manager des Jahres 2012 zeigt sich exklusiv, elegant, köstlich. Der rote Teppich wartet schon auf Sie...

Dresscode: Dunkler Anzug



Zukunftsstrategie, Qualitätsmanagement & neue Kommunikationswege

Charakterköpfe, Exoten & Branchengurus – auf geht's in die 2. Runde!



Ihr

Vorsitz: Thomas Hohlfeld, Geschäftsführender Gesellschafter, **Ribbon & Partner**, Hamburg

08.55 Einleitung in den 2. Kongress-Tag

Der schmale Grat der Prozesse: Nichts ist so beständig wie der Wandel

09.00 **Ein Treffen mit Fremden ..., denn „Kundenbeziehung“ beginnt immer mit 2 Menschen und 2 Ideen**



- Eine zweite Chance gibt es nicht! Bei Weltstars und auch bei Ihren Kunden!
- Wer John Malkovich, Amy Winehouse oder Tilda Swinton porträtiert, braucht mehr als NUR eine Idee
- „Es ist ein Zusammenspiel“: Ideen durchzusetzen und die Idee des Gegenübers respektieren

Daniel Stier, **Freischaffender Fotograf**, London

09.30 **Restrukturierung und Change-Management: Wie verändere ich „mein“ Center? Wo hakt es?**



- Change bedeutet Änderung für die Menschen, die Kultur und die Organisation
- Wandel bewerkstelligen
- Von der Theorie zur Umsetzung

Christian Holtmann, Geschäftsführer Operations, **EnBW Energie Baden-Württemberg AG**

10.00 **The Service Centre Relationship with Marketing and Sales**



- Missed opportunity for unaligned practices
- Convergence of service with marketing/sales
- Benefits for the aligned organisation

Aeneas McDonnell, Managing Director Portfolio Marketing, **The Economist**, London

10.30 Kaffeepause – Raum für Kommunikation, Austausch und Messebesuch

Qualitätsmanagement auf dem Prüfstand – denn Kunden sind Menschen, keine Daten

11.00 **Einbrocker und Auslöfler – dem Dilemma Marketingversprechen und Kundenbeschwerden entgegentreten**



- Wer kennt den Kunden wirklich? Marketing? Service? Oder doch niemand...?
- Customer Service als integraler Bestandteil des Marketing-/Produktversprechens
- Social Media als Bindeglied zwischen Marketing und Service

Kai Czeschlik, Managing Director Marketing & Sales, **FONIC GmbH (a Telefónica Company)**, München

11.30 **Bürgers Stimme, Bürgers Stimmung – strategische Ansätze einer Kleinstverwaltung**



- Serviceorientierung im Spannungsfeld zwischen Ressourcenverknappung & Aufgabenzuwachs
- Outsourcing nicht als Spar- sondern als Leistungsmodell denken
- Exkurs: Geschäftsprozesse in der Schule am Beispiel des Lehrerberbeitsplatzes

Holger Richard M.A., **Bürgermeister der Gemeinde Bad Laer** (Landkreis Osnabrück)

12.00 **Executive Round Table:**

Von eierlegenden Wollmilchsäuen und anderen Märchen: Der Kunde weiß, was er will. Was bieten Sie?

- Guido Augustin, PR- und Social-Media-Experte, **Apfelbäumchen pflanzen!**, Mainz
- Kai Czeschlik, Managing Director Marketing & Sales, **FONIC GmbH (a Telefónica Company)**, München
- Christian Holtmann, Geschäftsführer Operations, **EnBW Energie Baden-Württemberg AG**
- Susanne Justen, Leiterin Telefonischer Kundenservice, **AXA Konzern AG**, Köln
- Holger Richard M.A., **Bürgermeister der Gemeinde Bad Laer** (Landkreis Osnabrück)

! Jetzt abstimmen !



12.45 **Die rote oder die blaue Pille – ein Kaninchenbau für alle?**



- Social Media im großen Ganzen betrachtet
- Alles schon da gewesen oder schon wieder eine Revolution?
- **Pointierte Entscheidungshilfe für oder gegen Social Media in den Nachmittagsforen**

Guido Augustin, PR- und Social-Media-Experte, **Apfelbäumchen pflanzen!**, Mainz

13.15 Gemeinsamer Business Lunch

Social Media am Scheideweg – (drin) sein oder nicht sein? Treffen Sie Ihre Wahl:

Für Social Media Enthusiasten

Für Social Media Kritiker

14.30 Forum 1

Erstberichte, Erfolge & Evaluation: Warum unter den Ersten sein?

Im Internet werden innerhalb von 60 Sek. 168 Millionen E-Mails versendet. Pro Tag laden Facebook-Nutzer über 20 Millionen Applikationen. Wahnsinn oder notwendig? Wie gehen Firmen und Einzeluser mit dieser Informationsflut um? Kann man sie überhaupt noch steuern? Erfahren Sie hier, wie es gehen kann!



Vorsitz:

Robert Sluka

Robert Sluka, Stv. Vorsitzender, **call-center-forum.at**; Leiter Call Center, **ÖBB-Personenverkehr AG**, Wien

14.45 Konvertieren statt generieren: Kollaboratives Leadmanagement im Internet

- Traffic generieren kann jeder. Wie aber werden aus anonymen Besuchern Leads & Sales?
- Chat Services sind nicht genug! Der kollaborative Ansatz macht den Unterschied
- Ein Erfahrungsbericht der Toyota Deutschland



Matthias Singer-Fischer, Geschäftsführender Gesellschafter **Level 4.0 GmbH**, Köln

15.15 Warten war gestern! Die Deutsche Bahn: „Wir wollen den Dialog“

- Hype, Pflicht oder Chance: Kundendialog 2.0
- Ersetzt Social Media Telefon und E-Mail?
- Social Media Agent: Neues Berufsbild im Spannungsfeld von individueller Kommunikation & Massenmedien



Daniel Backhaus, Social Media Berater für die Deutsche Bahn, Köln/Frankfurt

15.45 Dos and Don'ts im Kundendialog über soziale Netzwerke

- Best Practices anhand von Kundenbeispielen
- Soziale Netzwerke und ihr Business Case
- Customer Service Widgets: Die nächste Stufe des Kundenservices im Internet



Andrew Maher, Avaya Consultant & Certified Social Media Strategist, **Avaya Deutschland GmbH**, Frankfurt/M.

16.15 Kaffeepause – Raum für Kommunikation und Austausch

16.45 Social Media Monitoring? Haben wir! Und jetzt...? Der Weg zu smarten Entscheidungen

- Systematisch Insights für die gesamte Wertschöpfungskette im Unternehmen generieren
- Potenzial neuer Einsatzfelder und deren ROI erschließen
- Hocheffizienter Kundendialog in Echtzeit über alle Kanäle



Dr. Christian Schulmeyer, General Manager D/A/CH **Attensity Group**, Kaiserslautern

17.15 Sum-up: Profaner Praxiseinsatz Social Media

14.30 Forum 2

Entgegen dem Herdentrieb: Zahlt sich Zurückhaltung aus?

Social Media: Virtueller Aufenthaltsraum pubertierender Teenager, Versteck der Revoluzzer von morgen oder Marktplatz der Zukunft? Hier scheint alles möglich. Aber wie sehen die realen Chancen für Ihr Unternehmen aus? Und welche Rolle der Kommunikation fällt uns dabei zu? Nach ersten Erfahrungen ist es an der Zeit, Zwischenbilanz zu ziehen!



Vorsitz:

Herbert H. P. Ferdinand

Herbert H. P. Ferdinand **Coach der Wirtschaft**, Kamp-Linfort

14.45 Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Unternehmensstrukturen im Wandel

- Herausforderungen, Risiken und Potenziale
- Umsetzungsvarianten: Stand alone, integriert, hybrid?
- Exklusive Ergebnisse der Social CRM-Studie zusammen mit dem Call Center Verband
- Best and Worst Practices



Prof. Dr. Peter Gentsch **Lehrstuhl für CRM, Hochschule Aalen**

15.15 Abrechnung mit dem Social Media Dealer: Warum Facebook keine Strategie ist & eine Feedback Community glücklich macht

- Zu viele Marken, zu wenig Interaktion und nur jeder 14. liest, was auf der Pinnwand steht
- Facebook-Grenzen: Keine Kontrolle, keine Kontakte, keine Kundenbeziehung
- Das nächste große Ding: Skalierbares CRM



Mark Pohlmann, Geschäftsführer, **MAVENS GmbH**, Hamburg

15.45 Frühstück per Mausklick: Warum man Müsli am besten online verkauft

- Mass-Customization und Social Media
- Kunden zu echten Markenfans machen
- Multi-Channel-Strategien: Offline-Kanäle sinnvoll nutzen – vom Web zum Print zum Shop



Max Wittrock, Geschäftsführer, **mymuesli GmbH**, Passau

16.15 Kaffeepause – Raum für Kommunikation und Austausch

16.45 Zwischen Web-Hilferufen & Direktvertrieb: Ein Traditionsunternehmen ohne Interessenskonflikt

- Wer „redet“, ist nicht tot
- Zurückhaltung zahlt sich aus
- Gewagter Kontrollverlust vs. Marktmacht des Kunden



Torsten Schweizer, Leiter Marketing und Einkauf **HAKA Kunz GmbH**, Waldenbuch

17.15 Sum-up: Payday: Lost im Datenfriedhof?

17.55 Finale im Plenum:

Anders als artig! Überzeugen durch Selbstironie à la Olivia Jones !



Olivia Jones **Promi-Gastronomin, Society-Reporterin, selbsternannte Bürgermeisterin von St. Pauli**



Get ready to play! Die CallCenterWorld®-Party 2012

Ab 18.30 Uhr – wie jedes Jahr dürfen Sie diese Kult-Party nicht versäumen!

Beschwerden, Kosten & Strewss reduzieren
Sie entscheiden! Kombinieren Sie Ihre Brennpunktt Themen
in 2 von 6 exklusiven Workshops individuell!

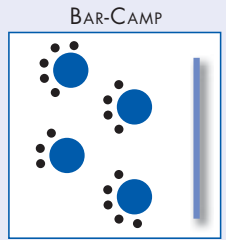
Ihre Timeline

Vormittags-Workshops (1-3):	09.00 – 12.00
Kaffeepausen:	10.30 – 11.00 15.00 – 15.30
Gemeinsamer Business Lunch:	12.00 – 13.30
Nachmittags-Workshops (4-6):	13.30 – 16.30

NEU! Unsere Workshop-Formate:

Bar-Camp

Hier ist alles vorbereitet – bis auf die Inhalte. Wir wollen uns in offener „Bar“-Umgebung austauschen und voneinander lernen! Erwarten Sie Diskussionen, Präsentationen und Interaktion. Jeder Teilnehmer sollte sich im Vorfeld überlegen, welche Inhalte er einbringen kann. Gemeinsam wählen wir dann die Inhalte aus, die in der Gruppe weiter vertieft werden! Entdecken Sie einen innovativen Weg, um Führungsimpulse für den Alltag mitzunehmen. Das wird am Ende gebührend gefeiert.



Workshops 1-3 am Vormittag:

1) Fit zur Führung: Mitarbeiter und Leiter für den Alltag stark machen



Alfons Livers
Head Customer Service
Center, **UBS AG**
Zürich



Jens Marquardt
Direktor, **AWD**
Kunden-Service-Center
Hannover
CAI-Award-Sieger 2011

Contact Center führen bedeutet „mit Menschen für Menschen“. Die Führung macht den Unterschied zwischen erfolgreichen und weniger erfolgreichen Teams. Erkennen Sie die Werttreiber der Führung und tauschen Sie mit erfahrenen Kollegen praxiserprobte Erfolgsrezepte aus. Wo liegen Führungsfallen?

Wie begegnen wir ihnen? Entdecken Sie innovative Wege, Mitarbeiter & Führungskräfte für die täglichen Herausforderungen fit zu machen und finden Sie eine Systematik, diese im Alltag anzuwenden. Hier gilt die Devise: Erst die Arbeit, dann das Vergnügen.

1. Unsere Führungskräfte: Es gibt keine schlechten Mitarbeiter, nur schlechte Vorgesetzte

- Wie Leiter die Schlüsselrolle zum Erfolg wahrnehmen
- Werkzeuge für Selbst- & Zeitmanagement wirkungsvoll eingesetzt
- Teamleiter in der Sandwichposition: Führung oder Telefonie?
- Wie aktivieren wir Führungskräfte zu echten Multiplikatoren?

2. Unsere Mitarbeiter: Im Umgang mit Zuckerbrot und Peitsche

- Was braucht der Mitarbeiter, um Top-Leistung zu erbringen?
- Unterschiedliche Konzepte für unterschiedliche Lebensphasen
- Profilgerechter Einsatz: Ausbildung, Zertifizierung, Lernmethoden
- Frühzeitige Einbindung in Entscheidungsprozesse

3. Unsere Rahmenbedingungen: Gehalt oder nichtmonetäre Anreize – was wirkt wie?

- Arbeitsvielfalt, aber wie?
- Gesundheit und Fitness im Contact Center

2) Less Stress! Belastungsspitzen erfolgreich managen



Dr. med.
Olaf Tscharnetzki
Leitender Betriebsarzt
Unilever DACH
Hamburg



Torsten Mooren
Speaker & Coach
Mooren | Coaching . Consulting . Training
Hamburg

Moderne Arbeitswelten werden durch den stetigen Wandel immer unübersichtlicher, die Aufgaben immer komplexer und komplizierter. Die Folge sind psychische Störungen wie Depression, Angsterkrankungen und Burn Out. Jedoch machen Mitarbeiter im Zeitalter der Wissensarbeit den Unterschied, ob ein Unternehmen langfristig erfolgreich am Markt operiert. Daher wird es immer wichtiger, Ansätze zu finden, die Ihre Mitarbeiter langfristig motivieren und sie nachhaltig leistungsfähig halten. Machen Sie mit uns eine spannende Reise durch die moderne Betriebsmedizin, Neurowissenschaft, Motivationspsychologie und lernen Sie dabei auch „Günter, den inneren Schweinehund“ kennen.

1. Früherkennung: Die Präsentismus-Befragung!

- Lernen Sie Verluste durch Krankheit plausibel zu messen
- Erkennen und thematisieren Sie Handlungsfelder
- Entwickeln Sie bedarfsgerechte präventive Maßnahmenpläne

2. Was kann eine Firma tun, damit Belastungsspitzen handhabbar bleiben?

- Sorgen Sie für Klarheit und Wahrheit
- Intensive Schulung der Führungskräfte in unterstützender Führung
- Intensive Schulung aller Mitarbeiter in Selbst-/Stressmanagement

3. Was kann jeder Einzelne tun oder nachhaltige Motivation mit dem „Günter Prinzip“?

- Erkennen Sie Ihren eigenen inneren Schweinehund!
- Erfahren Sie wertvolle Tipps, wie Sie Ihr innerer Schweinehund nachhaltig unterstützt
- Ängste überwinden, Stärkenfokussierung und raus aus der Komfortzone

3) Performance Management & Qualität: Kommando-Brücke Call Center im Blick



Manfred Stockmann
Inhaber, **C.M.B.S.**
Managementberatung
Olching b. München



Ute Kohler
Bereichsleiterin Direktor
Kundenservice, **Berliner Volksbank eG**, Berlin

Auf Kurs bleiben und den Überblick behalten! Wer heute für Kundenkommunikation verantwortlich ist, kennt die vielfältigen Anforderungen im operativen Tagesgeschäft. Wie behalten Sie Kontrolle über Leistungs- und Qualitätsanforderungen? Welche Organisations- und Steuerungsansätze versprechen Erfolg? Wir behandeln Gestaltungsmöglichkeiten, aber auch Einschränkungen, die sich in der Steuerung kleiner bis mittelgroßer Call Center ergeben (können). Dabei stehen Ihre persönlichen Fragen im Mittelpunkt. Es erwartet Sie wenig Vortrag, dafür viel Interaktion und größtmöglicher Umsetzungsnutzen.

1. Erreichbarkeits-Steuerung

- Forecastplanung als Basis für weitere Maßnahmen gestalten
- Intra-Day-Steuerung zur Beherrschung von Planungsabweichungen
- Priorisierung der Zielgrößen und Maßnahmen-Skalierung

2. Qualitäts-Steuerung

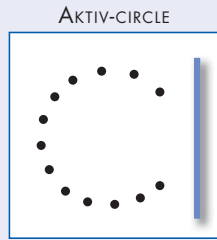
- Definition überprüfbarer Qualitätskriterien
- Ermittlung und Überprüfung von Kenngrößen
- Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter

3. Vertriebs-Steuerung

- Vorbereitung und Strukturierung eigener Teams
- Integration externer Dienstleister
- Langfristiger Vertriebs-erfolg über Tagesergebnisse hinaus

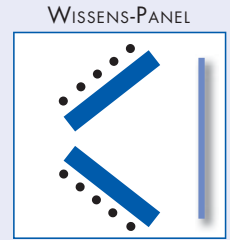
Aktiv-Circle

Souveräne Menschen behaupten, zu den effektivsten Lernmethoden gehört das „Spiegel vorhalten“. Einsehen liefert die Grundlage zu ehrlicher, lösungsorientierter Auseinandersetzung. Welcher Ansatz funktioniert? In welcher Situation? In welchen Unternehmensstrukturen? Und wie kann man sich auf Situationen individuell vorbereiten? Hier ist der Name Programm: In diesem **Teilnehmerkreis** werden Sie eines sicher schätzen lernen: Kompetenztransfer!



Wissens-Panel

Schwierige Situationen schnell & richtig einzuschätzen, gehört zum Alltag professioneller Manager und ist oftmals gefürchtet. Doch ist es wichtig, im Dschungel von **Pros und Cons** einen kühlen Kopf zu bewahren, um Eskalationen zu vermeiden. Wir verdammten Einbahnstraßen und überzeugen mit ganz neuen Perspektiven. Konzentrieren wir uns auf die Kernziele Ihrer Alltags-Anforderungen, nicht nur auf ein „entweder – oder“ möglicher Lösungswege!



Workshops 4-6 am Nachmittag:

4) Strategische Kundenbindung und die wahre Bedeutung von CRM



Prof. Dr. Peter Gentsch
Lehrstuhl für CRM
Hochschule Aalen



Markus Rebitzky
Geschäftsführer
Maincom Telemarketing Services GmbH
Frankfurt/M.

Jedes Unternehmen, unabhängig von Größe und Branche, möchte Wettbewerbsvorteile durch dauerhafte und erfolgreiche Kundenbindung erzielen. Um dieses Ziel zu erreichen, hat sich seit ca. 10 Jahren der ganzheitliche Ansatz „Customer Relationship Management“ herausgebildet. Dabei handelt es sich um ein kundenorientiertes Managementkonzept, bei dem alle Unternehmensaktivitäten auf die Kundenprozesse ausgerichtet sind. Wir möchten gemeinsam mit Ihnen aktuelle Herausforderungen von CRM-Strategien unter besonderer Berücksichtigung von SOCIAL CRM mit aktuellen Praxisbeispielen erarbeiten.

1. „CRM“ – ein überholtes Schlagwort oder noch aktuell?

- Resümee, was hat CRM den Unternehmen gebracht?
- Ist CRM überhaupt noch ein Thema?
- CRM ein IT-Projekt, oder doch mehr?

2. Was ist ein guter Kunde (Kundenwertmanagement)?

- Ganzheitliches Vorgehen beim Aufbau und Pflege der Kundenbeziehungen
- Customer Lifetime Value oder der wahre Wert eines verlorenen Kunden
- Welche neuen Entwicklungen wirken sich auf CRM-Strategien aus?

3. Social CRM – Revolution, Evolution oder Desillusion?

- Weiterentwicklung des klassischen CRM zum Social CRM: Vorgehens- & Reifegradmodell
- Exklusive Ergebnisse der Social CRM-Studie zusammen mit dem Call Center Verband
- Best Practices: Deutsche Post, Deutsche Bahn, Otto Group

5) Seminartheater Klappe die 2.: Beschwerdemanagement ganz unbeschwert



Dr. Wolfgang Schneiderheinze
Geschäftsführender Gesellschafter
menschenspiegel UG, Rodgau

In Konflikten selbstbewusst und entwaffnend auftreten? Ihre Überzeugungskraft erhöhen? Gespräche bewusst steuern? Ihre persönliche Wirkung gezielt einsetzen? Hier werden kritische Alltagssituationen durch professionelle Schauspieler gekonnt in Szene gesetzt! Es erwarten Sie praxistaugliche Werkzeuge für Ihren Berufsalltag. Seminartheater macht Verhalten, Emotionen & Motive begreifbar. Sie erfahren hautnah, wie sich Verhalten – das eigene und das des Gegenübers – positiv beeinflussen lässt. Sie erweitern und verankern Ihre Kompetenzen, indem Sie selbst Regie führen oder Rollen übernehmen...!

1. Beschwerden sind produktiv

- Die positive Energie einer Beschwerde nutzen
- Nicht das Problem, sondern die Möglichkeiten gehören in den Fokus
- Mit verbalen Angriffen umgehen

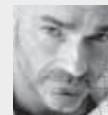
2. Nicht jede Beschwerde ist berechtigt!

- Worum geht es dem Kunden wirklich – aktives Zuhören (Vorwände behandeln)
- Erwartungen managen: Economy zahlen – First Class verlangen?
- Kommunikation mit schwierigen Kunden, Nörglern, Besserwissern

Die Schauspieler:



Nina Baldinger



Oscar Ehrlich



Ellen A. Schulz

6) Leitung im Spannungsfeld zwischen Ethik & Kostendruck – raus aus der Sackgasse



Herbert H. P. Ferdinand
Coach der Wirtschaft
Kamp-Lintfort



Francesco Canzano
Leiter Kundendienst
Elektrizitätswerke des Kantons Zürich
CA-Award-Sieger 2011

Führungskräfte sind auch nur Menschen: Im Laufe ihres Berufslebens mit vielen Menschentypen und Situationen konfrontiert, die schnell, kostengünstig und immer „politisch“ korrekt behandelt und gelöst werden sollen.

Bringen Sie Ihre ganz persönlichen Problemstellungen mit und erarbeiten Sie unter professioneller Aufsicht diskret neue Perspektiven und Lösungsansätze. Nutzen Sie die Erfahrungen von Teilnehmern und Moderatoren für Ihre konkrete neue Strategie.

1. Ethik

- Warum Mitarbeiter wirklich gern für ihre Führungskräfte arbeiten
- Welche Schwächen der Führungskräfte von Mitarbeitern toleriert werden und welche nicht
- Warum langjährige Mitarbeiter einer besonderen Führung bedürfen

2. Kostendruck

- Wie finanzielle Ressourcen im Alltag besondere Prioritäten erfordern
- Wie klare Zielvorgaben, konsequentes Controlling und Auslese Ihre Nerven schonen und die Zukunft von Arbeitsplätzen sichern
- Mitarbeiter in schlechten Zeiten motivieren und bei der Stange halten

Sie wollen Call Center Manager werden?

Top-Performer hautnah, erstklassig und emotional!

Sie zeichnen sich durch Innovation, Inspiration und Macherqualitäten aus? Sie brennen für Ihre Projekte und können Ihr Team für gemeinsame Ziele und Lösungen begeistern? Setzen auch Sie Ihrem individuellen, erfolgreichen Projekt die Krone auf! Positive Resonanz ist Ihnen sicher und der rote Teppich wartet schon auf Sie...

Reputation und wertvolle Preise

Die Verleihung des CA†Award ist in jedem Jahr ein Highlight der CallCenterWorld®. Ihre Vorteile auf einen Blick:

! Pressepräsenz

Alle Nominierten erhalten ein individuelles Porträt im CallCenterProfi-Magazin in der CallCenterWorld®-Ausgabe. Neben ausführlichen Portraitierungen profitieren die Preisträger zudem intensiv von der Nachberichterstattung in den Onlinebereichen von Management Circle und CallCenterProfi. Freuen Sie sich auf große Resonanz in der gesamten Fachpresse!

! Hohe Reputation

Der CA†Award stärkt Ihre Positionierung im Unternehmen und bringt Sie weiter voran.

! CA†-Urkunde

Management Circle und CallCenterProfi überreichen allen CA†-Nominierten ihre persönliche Urkunde.

! Freikarte zur CallCenterWorld®

Sie haben im Jahr Ihrer Nominierung freien Eintritt zu allen Veranstaltungen des Hauptkongresses und der Messe der CallCenterWorld®.

! Fachabonnement

Sie erhalten ein Jahresabonnement des CallCenterProfi-Magazins.

! Reise in die USA und internationale Auszeichnung

Die Preisträger fliegen auf Einladung der Initiatoren und CA†-Sponsoren in die USA und nehmen dort im Rahmen einer Kongressmesse an der Verleihung zum „Call Center Manager of the Year“ teil.

Der CA†Award wird verliehen mit freundlicher Unterstützung von



Eine Zusammenarbeit von

CallCenter
PROFI

MANAGEMENT CIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN



„Ein Ratschlag für meine Branchen-Kollegen? Sich selbst nicht zu ernst zu nehmen. Nur was man gerne macht, macht man gut!“

René Liendl

Tele2 Telecommunication GmbH
(CA†Award-Sieger Österreich 2011)



„Mein Höhepunkt im CA†-Jahr war die Sieger-Reise nach New Orleans: Südstaatenfeeling pur! Mississippi-Dampferfahrt, Jazz Konzerte in der Bourbon Street, Zuckerrohrplantagen oder Krokodil-Sumpftour – einfach einzigartige Erlebnisse!“

Francesco Canzano
EKZ

(CA†Award-Sieger Schweiz 2011)



Manager des Jahres werden?

Die Kriterien

Mit dem CA+Award werden Call Center Manager honoriert, die sich nicht damit zufrieden geben, mit den kontinuierlichen Veränderungen ihrer täglichen Arbeit Schritt zu halten. Wir suchen Führungskräfte, die durch Engagement und Kreativität pro-aktiv die Zukunft Ihres Call Centers gestalten. Wir suchen Sie!

Ausgezeichnet werden Call Center Manager, die zusammen mit ihrem Team ein ausgesuchtes Projekt erfolgreich umgesetzt haben. Das kann sein...

- ✓ die Entwicklung und Umsetzung eines außergewöhnlichen Personalentwicklungskonzeptes
- ✓ die erfolgreiche Konzipierung und Umsetzung einer Kampagne
- ✓ die Entwicklung eines erfolgreichen Personalmarketingkonzeptes
- ✓ eine umfassende Umstrukturierungsmaßnahme
- ✓ oder eine Qualitätsmaßnahme

Die Kategorien

Ausgezeichnet werden Call Center Manager, die in einem der folgenden Länder ein Call Center leiten:

- ✓ Deutschland
- ✓ Österreich
- ✓ Schweiz

Die Teilnahmebedingungen

Bewerben können sich sowohl Call Center Manager eines Inhouse Call Centers als auch eines Call Center-Dienstleisters aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. An der Auszeichnung kann jeder teilnehmen, der für das Management eines Call Centers verantwortlich ist und seit mindestens 6 Monaten eine entsprechende Budget- und Personalverantwortung trägt.

So bewerben Sie sich

Informationen und Bewerbungsunterlagen erhalten Sie unter www.callcenterworld.de und www.callcenterprofi.de

Einsendeschluss: 11. Januar 2012

Auf Ihre Rückfragen freut sich Simone Fojut, Chefredakteurin, CallCenterProfi
Tel.: +49 (0) 611/ 787 83 36

Die Jury



Sigrig Bauschert
Vorstand
Management Circle AG

CA+Award-Sieger 2011



Francesco Canzano
Leiter Kundendienst
Elektrizitätswerke des Kantons Zürich, Schweiz



Simone Fojut
Chefredakteurin
CallCenterProfi

CA+Award-Sieger 2011



Jens Marquardt
Direktor, **AWD Kunden-Service-Center**

CA+Award-Sieger 2011



René Liendl
Process & Quality Manager
Tele2 Telecommunication GmbH, Österreich



Raphael Raetzo
Head of Customer Care, **Billag AG**
Schweiz

CA+Award-Siegerin 2009



Elke Schaffer
Leiterin Business Contact Center, **T-Mobile Austria GmbH**, Österreich



Manfred Stockmann
Präsident
Call Center Verband Deutschland e.V.



„Was den Call Center Manager des Jahres auszeichnet? Branchenerfahrung, Hartnäckigkeit und der Glaube an die eigene Idee!“

Jens Marquardt
AWD Kunden-Service-Center
(CA+Award-Sieger Deutschland 2011)



Bewerben Sie sich bis 11. Januar 2012

! Hier geht's zur Bewerbung !



Herzlich Willkommen zur Messe!

„Die ganze Welt der Call Center-Branche auf einer Messe. Egal welche Themen momentan bewegen, die passenden Anbieter sind vor Ort.“ A. Henning, Mercoline GmbH

Liebe Messebesucher,

auch in 2012 zeigt sich die ganze Welt der Call Center-Branche auf der Messe. Und noch mehr! Denn zur 14. Ausgabe haben wir das Konzept der Messe komplett überarbeitet und so können Sie rund 250 nationale und internationale Aussteller in einem neuen, modernen Ambiente erleben.

Das ist neu auf der CallCenterWorld® 2012:

- ✓ ein modernes, frisches Raumkonzept
- ✓ ein Highlight in jeder Messehalle
- ✓ LiveCallCenter und TeleTalk-Demoforum erstmals an allen 3 Messetagen
- ✓ Outsourcing Plaza im Herzen der Halle 4
- ✓ meet & seat-Bereiche in der Messe
- ✓ Newcomer Boulevard

Die Vielfalt der ausstellenden Unternehmen verschafft Ihnen ein umfassendes Gesamtbild der Branche. Das parallele Messeprogramm, das in seiner Art und Umfang einzigartig ist, ermöglicht Ihnen Ihren persönlichen Wissensvorsprung. Mehr Informationen zum Messeprogramm und den Ausstellern finden Sie auf den folgenden Seiten.

Fest steht: es gibt viele Gründe, Europas Leitmesse für Kundenservice, -kommunikation und Contact Center zu besuchen.

Kommen Sie. Sehen Sie. Staunen Sie. Denn so haben Sie die CallCenterWorld® noch nie erlebt!

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Ihr CallCenterWorld®-Messteam

Die Messe-Highlights im Überblick

TeleTalk-Demoforum

Der schnellste Vergleich...

An Europas größtem Anbietervergleich kommt jetzt keiner mehr vorbei! Die neue Location mit Zugang in Halle 2.1 bietet ausreichend Raum für rund 30 Live-Demos und anschließender Diskussion.

Vergleichen Sie erstmals an drei Tagen die innovativsten Produkte zu folgenden Themen:

- Automatisierung
- E-Mail-Management
- Unified Communications
- Qualitäts- und Workforcemanagement
- Effizientes Customer Management
- Self Service und Sprachtechnologie
- Social Media



LiveCallCenter design by HCD

Von Profis für Profis...

An neuer Position in Halle 5 verspricht das Live-Event nicht nur eine faszinierende Atmosphäre, sondern öffnet seine Türen für Kongress- und Messebesucher an allen drei Messetagen.

Aushängeschild ist einmal mehr der LivePartner: 2012 „startet“ Deutschlands modernster Flughafen – der **Flughafen Berlin Brandenburg (BER)** – im LiveCallCenter und zeigt noch vor seinem offiziellen Start im Juni, wie Fluggäste und Besucher einen qualitätvollen Kundenservice erleben.



Outsourcing Plaza

Neu:
im Zentrum der Halle 4

Die Outsourcing Plaza geht in die 2. Runde und erhält den vielleicht prominentesten Platz unter den Aktionsflächen: inmitten der Halle 4, unmittelbar am Hauptgang und umrandet von den neuen meat & seat-Areas.

Hier informieren Sie Kenner der Branche über die Leistungsportfolios und Möglichkeiten bei der Zusammenarbeit mit Dienstleistern u.a. aus folgenden Branchen:

- Energie
- Healthcare
- Telekommunikation
- Finance
- Tourismus



Guided Tours

Wissen
wo's langgeht

Für Einsteiger, aber auch fortgeschrittene CallCenterWorld®-Besucher, bieten die Guided Tours eine Orientierungshilfe und verschaffen einen neutralen Einblick in die Vielfalt der ausstellenden Anbieter und Dienstleister. Ausgesuchte Experten, die allesamt Kenner des Marktes sind, führen Sie kostenfrei über die Messe und geben Ihnen wertvolle Insidertipps zu folgenden Themen:

- Qualitätsmanagement
- Social Media
- Unified Communications
- English Tour für internationale Gäste
- Nachwuchstour für Auszubildende (nur am 3. Messetag!)



Messeforen

Innovationen
rund um die Uhr

Hier erfahren Sie alle Neuheiten und Innovationen aus erster Hand – von unseren Ausstellern!

Die neu designten Messeforen in den Hallen 3 und 4 bieten Ihnen an allen Messetagen ein Informationsprogramm, das seinesgleichen sucht. Kompetenz, Innovation und Inspiration – kostenfrei für alle Messebesucher!



Newcomer Boulevard

Neues auf
den Punkt gebracht

Das Novum im Messekonzept 2012. Im Zentrum der Halle 3 versammeln sich auf dem Newcomer Boulevard Unternehmen, die bisher noch nicht auf der CallCenterWorld® zu finden waren. Ob Start-up-Unternehmen oder Erstaussteller, sie alle präsentieren sich auf dem Boulevard.

Seat-Areas im Zentrum des Boulevards laden dazu ein, die Gespräche mit den Ausstellern zu vertiefen und zu networken.



Talente
im Dialog

Young Professionals 2012

Der bundesweite Wettbewerb für Auszubildende der Berufe „Kaufmann/-frau für Dialogmarketing“ und „Servicefachkraft für Dialogmarketing“ geht 2012 auf der CallCenterWorld® in die vierte Runde.

Die Jugendlichen erleben einen interessanten Wettstreit – attraktive Preise winken. Als erster Preis wird jeweils ein einjähriges Stipendium ausgelobt, die weiteren Plätze werden mit hochwertigen Sachpreisen honoriert.



Wissensvorsprung
vor der Messe

Webinare

Lassen Sie sich bereits im Vorfeld vom Know-how und der Power ausgewählter Aussteller der CallCenterWorld® begeistern. Unsere Webinare bieten Ihnen Ihren persönlichen Wissenstransfer – interaktiv per Internet.

Der Startschuss für Ihren Informationsvorsprung erfolgt ab Januar 2012 mit Webinaren u.a. von:

- buw Holding GmbH
- dtms Deutsche Telefon- und Marketingservices GmbH
- Orange Business Germany GmbH
- USU AG



Was haben Sie der Branche zu bieten?

Es gibt europaweit keine bessere Plattform als die CallCenterWorld®, um Dienstleistungen und Produkte rund um die Themen Contact Center und Kundenservice vorzustellen. Nirgendwo sonst treffen Sie das geballte Who-is-Who der Branche und haben so die Chance, neben der Pflege bestehender Kontakte ein immenses Potential an Neukunden zu erschließen.

Nicht nur am Messestand, auch das Messeprogramm bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, um Ihr Unternehmen in Szene zu setzen.

Seien auch Sie als Sponsor und/oder Aussteller mit dabei und zeigen Sie, dass Sie zu den Key Playern der Branche gehören.

Sprechen Sie uns an! Wir sind gerne für Sie da und gestalten gemeinsam mit Ihnen Ihr individuelles Ausstellungs- oder Sponsoring-Package.

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

Sylke Dörr



Sylke Dörr
Senior Sales Managerin
Tel.: +49 (0) 61 96/ 47 22-662
E-Mail: doerr@managementcircle.de

C. Langensiepen



Carsten Langensiepen
Senior Sales Manager
Tel.: +49 (0) 61 96/ 47 22-607
E-Mail: langensiepen@managementcircle.de

Erleben Sie Ihre Branche ehrlich und hautnah: Öffnen Sie Ihren Blick über den Tellerrand hinaus und stellen Sie sich ebenso kritischen Ausblicken. Freuen Sie sich auf Innovatoren, Querdenker und erstklassige Strategen! Die Zukunft des Kundenkontaktmanagements stellt den Mensch in den Mittelpunkt.

MESSE

✓ Beständigkeit & Wandel

250 nationale und internationale Aussteller in 7 Hallen. Das neue Konzept gibt der Messe ein modernes Gesicht und lädt in jeder Halle zu einem Highlight ein.

✓ Treffen & Netzwerken

CCWorld Corner als internationaler Treffpunkt und die neuen meet & seat-Areas in der Messe bieten Raum zum Knüpfen und Vertiefen von Kontakten.

✓ Live & Übersichtlich

Das LiveCallCenter hebt mit dem Flughafen Berlin Brandenburg ab. Den kompakten Anbietervergleich verschafft wie gewohnt das *TeleTalk*-Demoforum.

✓ Suchen & Finden

Branchenexperten navigieren Sie bei den Guided Tours thematisch über die Messe. Die neuen Info-Terminals führen alle Individualisten zum Ziel.

KONGRESS

(Estrel Saal)

✓ Planung & Orientierung

Multichannel-Kommunikation vor, während und nach dem Kongress

CCW-App:

www.callcentercommunity.de
www.facebook.de/callcenterworld
www.twitter.com/callcenterworld



✓ Inhalte & Wissen

Unsere „Themenlandkarte“ führt Sie durch den Kongress

✓ Kennenlernen & Austauschen

Barcamp-Charakter & Speed-Networking bringen frischen Wind

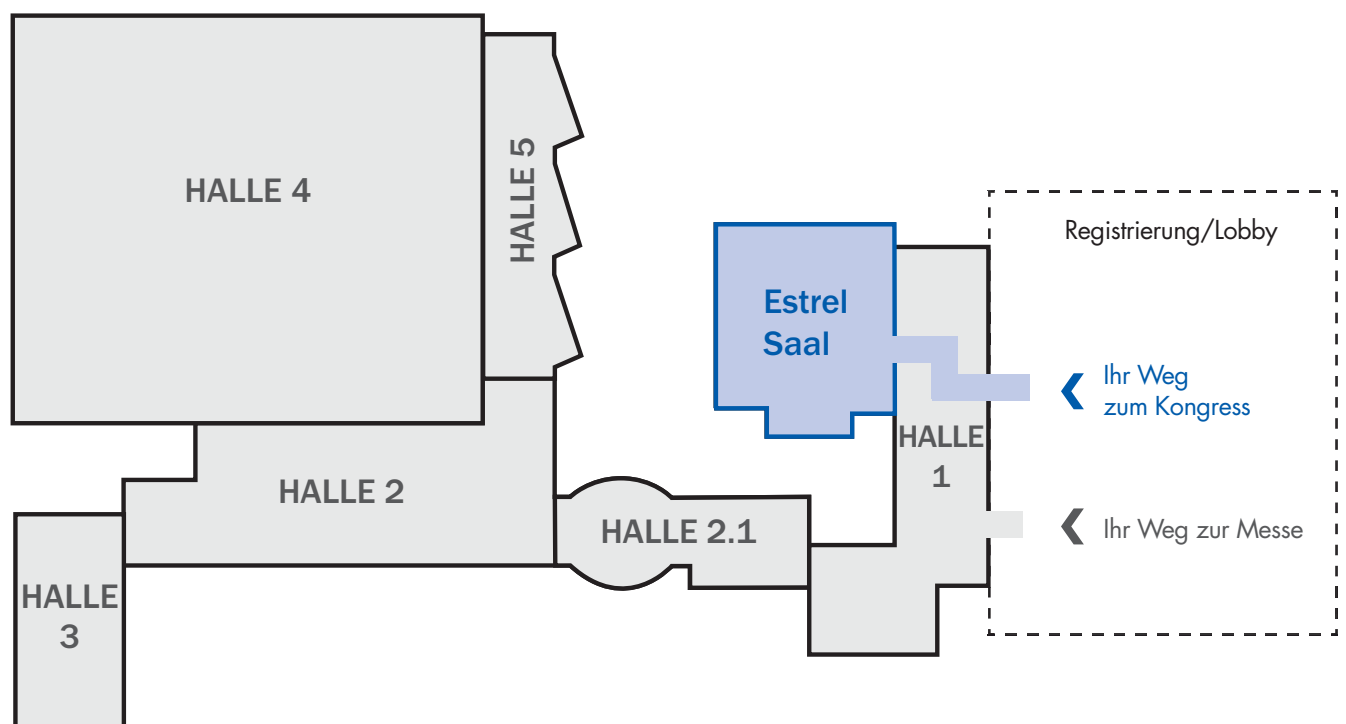
✓ Brennpunkte & Favoriten

Die Kernthemen der Contact Center-Branche treffen auf Innovationen aus Marketing, Kundenservice und Vertrieb

✓ Internationalität & Weitblick

Englische Übersetzung im Kongress für unsere internationalen Teilnehmer – denn wir wachsen weiter...

Orientierung – Messe und Kongress auf einen Blick



Wenn unzustellbar, zurück an Postfach 10 07 62, 68007 Mannheim



Anmeldung/Kundenservice



Anmeldung: +49 (0) 61 96/47 22-700
 Fax: +49 (0) 61 96/47 22-999
 E-Mail: anmeldung@callcenterworld.de
 Internet: www.callcenterworld.de
 Postanschrift: Management Circle AG
 Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
 Service-Hotline +49 (0) 61 96/47 22-805

Veranstaltungsort

Estrel Convention Center, Sonnenallee 225, 12057 Berlin
 Tel.: +49 (0) 30/68 31-0, Fax: +49 (0) 30/68 31-23 45
www.estrel.com

Zimmerreservierung

Für die Teilnehmer der **CallCenterWorld® 2012** steht im Estrel Hotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu einem Sonderpreis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Reservierung frühzeitig selbst direkt im Hotel unter Berufung auf die CallCenterWorld® vor.** Erfahrungsgemäß ist das Tagungshotel lange vor der Veranstaltung ausgebucht.

Mit der Deutschen Bahn ab € 109,- voll flexibel und ohne Zugbindung zur CallCenterWorld®.
 Info: www.callcenterworld.de/bahn

Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für den zweitägigen Kongress beträgt inklusive Dokumentation, Business Lunches, Erfrischungsgetränken, der feierlichen CAf-Award Gala-Nacht und der CallCenterWorld®-Party € 1.995,-. Bei Buchung von drei Tagen (Innovations-Tag + Kongress oder Kongress + Inspirations-Tag) beträgt die Teilnahmegebühr € 2.595,-. Die Gebühr für die vier-tägige CallCenterWorld® 2012 (Innovations-Tag + Kongress + Inspirations-Tag) beträgt € 2.995,-. Die Teilnahmegebühr für einen Tag (Innovations-Tag oder Inspirations-Tag) beträgt € 1.245,-. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zu zwei Wochen vor der Veranstaltung können Sie kostenlos stornieren. Bei Stornierung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

An welchen Tagen möchten Sie teilnehmen?

- Ich nehme an allen **4 Tagen** der CallCenterWorld® 2012 teil (27. Februar bis 1. März 2012)
- Ich nehme am **Kongress** der CallCenterWorld® 2012 teil (28. und 29. Februar 2012)
- Ich nehme am **Innovations-Tag** teil (27. Februar 2012)
- Ich nehme am **Inspirations-Tag** teil (1. März 2012)

1 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

2 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

3 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

Firma _____

Straße/Postfach _____

PLZ/Ort _____

Telefon/Fax _____

@ E-Mail _____

Datum _____ Unterschrift _____

Ansprechpartner/in im Sekretariat: _____

Anmeldebestätigung bitte an: _____ Abteilung _____

Rechnung bitte an: _____ Abteilung _____

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Bitte senden Sie mir/uns

- Informationen über **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**
- Informationen über **Kooperationsmöglichkeiten**
- Informationen zum **CAf-Award**