



Medienmappe 2007

Inhalt

- **Unternehmensportrait** 3
- **Dienstleistungen** 4
 - IT-Service on Demand
 - Helpdesk-Optimierung
 - Call-Center Optimierung
 - Technologie
- **Warum Customer Care?** 5
- **Customer Care Concept** 6
 - Multichannelling
 - Single Point of Contact
 - Kompetenzstufen
 - Prozessorientierung
 - Reporting
- **Kontaktadressen** 9

Unternehmensportrait

Auf einen Blick

Gründung:	1987
Hauptsitz:	Zürich (Schweiz)
Verwaltungsratspräsident:	Helmut Zaunschirm
Management:	Tom Buser, CEO Mike Hofmann, Leiter Operations (CH) Reinhard Paul, Leiter Sales & Projects (AT und DE) Gerhard Wanek, Leiter Operations (AT) Hans-Peter Übersax, Leiter Applications
Umsatz 2005:	CHF 27 Millionen
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:	230 (davon 140 in CH)

Das Unternehmen

PIDAS ist ein IT-Dienstleistungsunternehmen, das sich im Bereich Kundenservice auf den Aufbau, die Optimierung sowie den Betrieb von Service-Organisationen wie IT-Helpdesks und Customer Care Center spezialisiert hat.

Das Unternehmen mit Niederlassungen in Zürich, Basel, Frankfurt, Wien und Graz wurde 1987 als 100%ige Tochtergesellschaft der POLYDATA-Gruppe in Zürich gegründet und beschäftigt im deutschsprachigen Raum Europas rund 250 Mitarbeitende. Zu den wichtigsten Kunden von PIDAS zählen unter anderem Unternehmen wie IBM, Syngenta, UBS, Heineken, ORF, Novartis, Roche und Swisscom.

Geschäftsbereiche

Zu den strategischen Geschäftsfeldern von PIDAS zählen der Aufbau, die Optimierung sowie der Betrieb von Service-Organisationen wie IT-Helpdesks und Customer Care Center. Das Unternehmen setzt dabei nicht einfach auf modernste Technik, sondern bezieht von Anfang an die Elemente Mensch und Organisation mit ein.

Dienstleistungen

PIDAS berät Unternehmen im Bereich strategisches Kundenmanagement, begleitet sie durch den Änderungsprozess und realisiert ihre Service-Organisationen. Im Rahmen einer klaren Strategie, dem Customer Care Concept, gestaltet PIDAS die drei Bereiche Mensch, Organisation und Technologie zu einer neuen funktionierenden Einheit.

PIDAS erbringt in den Bereichen Consulting, Outsourcing und Softwareentwicklung folgende Dienstleistungen.

- **IT Service on Demand**

Kostensparen, Effizienz verbessern, fehlendes Know-how oder Call-Spitzen brechen – es gibt viele Gründe, warum ein Unternehmen Aufgaben seiner Helpdesk-Organisationen auslagert. PIDAS übernimmt diese Aufgaben sowohl temporär und teilweise, aber auch permanent und als Vollservice. Je nach den Vorgaben des Unternehmens.

- **Helpdesk Optimierung**

Der enorme Kostendruck zwingt Unternehmen dazu, die Abläufe im Helpdesk ständig zu überprüfen und zu verbessern. Oft gestaltet sich die Lösung aber schwierig, interne Interessenskonflikte können sie schwer behindern. Der Beizug externer Berater von PIDAS bringt den Unternehmen deshalb wesentliche Vorteile. PIDAS verfügt über ein eigenentwickeltes Customer Care Concept, mit welchem Helpdesks tatsächlich kundenorientiert, effizient und sparsam werden.

- **Call-Center Optimierung**

Kundenorientierte Call Center können dem Unternehmen entscheidendes Kunden- und Marktwissen erschliessen. Trotzdem funktionieren viele Call Center nach alten Mustern. Mit Hilfe des Customer Care Concepts gestaltet PIDAS Call Center leistungsfähiger, kostengünstiger und konsequent kundenorientiert.

- **Technologie**

Die Kundenorientierung eines Unternehmens ruht auf drei Pfeilern: Organisation, Menschen und Technologie. Neben Beratung und Prozess-, respektive Projektmanagement bietet PIDAS auch die technischen Werkzeuge an, um Kundenorientierung im Alltag umzusetzen. Die eigenen Softwarelösungen der *trueAct™*-Familie steuern, optimieren und automatisieren komplexe Service-Prozesse.

trueAct™ - Software für Customer Care

- trueAct™ MAIL
- trueAct™ WEB
- trueAct™ AGENT WORKSPACE
- trueAct™ TICKET
- trueAct™ COMPETENCE
- trueAct™ COCKPIT

Warum Customer Care?

In vielen Märkten haben heute die Kunden das Sagen. Die Unternehmen stehen oft mit kaum unterscheidbaren Produkten in hartem Preiskampf, während sich die Käufer, durch Internetvergleiche bestens informiert, den jeweils günstigsten Anbieter herauspicken.

Die Kundenbindung ist heute so schlecht wie nie zuvor. Alle fünf Jahre verlieren Unternehmen durchschnittlich die Hälfte Ihrer Kundschaft. Ein Abnutzungskrieg, der von den Unternehmen oft mit Einsparungen zulasten von Kundendienst und Serviceleistungen finanziert wird. Verärgerte Kunden und weitere Abwanderung sind die Folge.

Dabei wird übersehen, dass Kunden nicht nur Käufer, sondern auch Innovationsmotoren von Unternehmen sein können. Aus ihren Fragen, Reaktionen, Schwierigkeiten und Wünschen kann das Unternehmen Wissen über den Kunden erzeugen. Wissen, mit dem es bestehende Produkte massgeschneidert verbessern und neue entwickeln kann.

Wer seine Kunden als Innovationsmotoren nützen will, muss grundsätzlich umdenken. Das Unternehmen muss strategisch auf Kundenmanagement ausgerichtet werden; Mitarbeitende die Neuerung verstehen, Organisation und IT angepasst werden.

PIDAS berät Unternehmen bei dieser Neuausrichtung, begleitet sie durch den Änderungsprozess und realisiert ihre Service-Organisationen. Im Rahmen einer klaren Strategie, dem Customer Care Concept, gestalten wir die drei Bereiche Mensch, Organisation und Technologie zu einer neuen funktionierenden Einheit.

Customer Care Concept

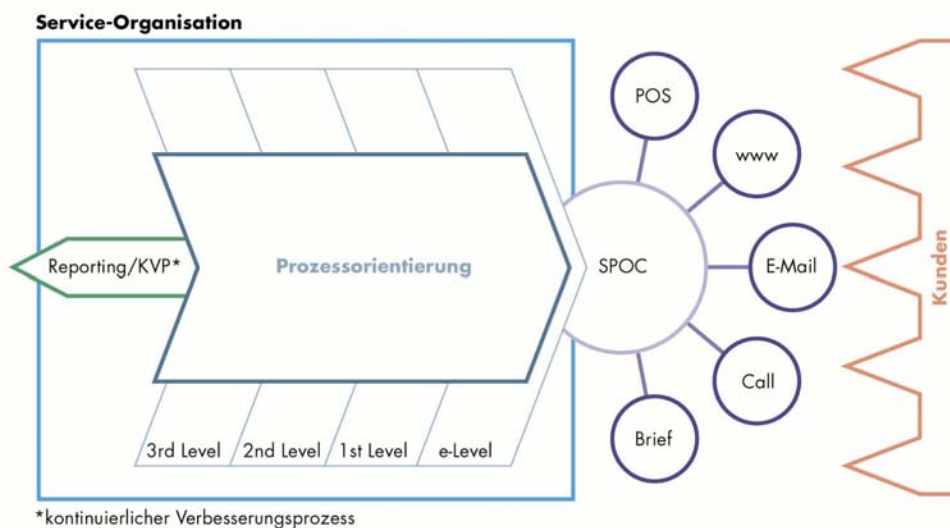
Das Customer Care Concept ist eine Entwicklung von PIDAS. Das Konzept beschreibt anhand von fünf Kernkomponenten die optimale Service-Organisation und bietet praxisnahe Handlungsanweisungen zur Optimierung und Automatisierung von Service-Prozessen.

Das branchenweit als Standard anerkannte Customer Care Concept wird im Buch Vom Unternehmen zum Kundenunternehmen detailliert beschrieben und steht bei vielen renommierten Unternehmen tagtäglich erfolgreich im Einsatz.

Kernkomponenten

Das Schema der idealen Service-Organisation lässt sich mittels fünf Kernkomponenten beschreiben:

- [Multichannelling](#)
- [Single Point of Contact](#)
- [Kompetenzstufen](#)
- [Prozessorientierung](#)
- [Reporting](#)



Multichannelling

Moderne Service-Organisationen zeichnen sich dadurch aus, dass der Kunde mehrere Möglichkeiten hat, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten. Egal ob über Telefon, Brief, Fax, E-Mail oder Web, das Unternehmen ist immer über mindestens ein Kontaktmedium erreichbar. Mit Hilfe einer so genannten Self Service Software können dabei bestimmte Anliegen von Kunden sofort und automatisiert beantwortet und befriedigt werden.

Single Point of Contact

Der Single Point of Contact (auch: Single Point of Information) dient dazu, sämtliche Kundeninteraktionen zu erfassen, um dadurch ein einheitliches und komplettes Kundenbild zu erhalten. Wenn ein Kunde zum Beispiel heute über das Web eine Transaktion auslöst, morgen dazu eine Frage über E-Mail an das Unternehmen richtet und übermorgen zum gleichen Thema anruft, so kann er nur dann konsistent und umfassend betreut werden, wenn alle seine Interaktionen mit dem Unternehmen vorgängig zentral erfasst worden sind. Das so über den Single Point of Contact gewonnene Kundenwissen kann zudem über ein Reporting in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess in die Innovation von Produkten und Leistungen überführt werden.

Kompetenzstufen

Um Kundenanliegen optimal erfüllen zu können, sind verschiedene Kompetenzstufen innerhalb einer Organisation zu definieren. Grundsätzlich gilt: Je komplexer ein Kundenanliegen, desto tiefer dringt es in die Service-Organisation ein. Diesem Umstand kann mit zwei Massnahmen entgegengewirkt werden. Erstens müssen diejenigen Kompetenzstufen, welche früh mit dem Kunden in Kontakt sind, über ein massgebendes Wissen verfügen, das von nachgelagerten Kompetenzstufen vorgängig nach vorne getragen wurde. Zweitens wird in einer idealen Service-Organisation ein so genannter e-Level eingesetzt, der mit Hilfe von automatisierten Prozessen Standardanliegen von Kunden ohne menschliche Interaktion effizient und kostengünstig behandelt.

Prozessorientierung

Die verschiedenen Kompetenzstufen einer Service-Organisation sind mit Prozessen verbunden, die in standardisierten Ablaufschemen, so genannten Standard Operation Procedures (SOP), festgelegt werden. Diese standardisierten Ablaufschemen definieren, was genau getan werden muss. Wie gut die internen und externen Leistungsversprechen ausgeführt werden müssen, wird in so genannten Service Level Agreements (SLA) beschrieben. Diese müssen immer klar definiert und messbar sein. Eine aus der IT-Welt entwickelte Methodik zur Erfassung und Bewertung dieser Dienstleistungsprozesse ist die IT Infrastructure Library (ITIL). ITIL ist Bestandteil des Customer Care Concept.

Reporting

Im Sinne eines Feedback-Mechanismus wirkt beim Reporting ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) auf die Service-Organisation und ermöglicht so eine permanente Anpassung der eigenen Leistungen. Die Organisation optimiert sich auf diese Weise selbst. Mit dem Reporting werden nachgelagerte (Kern-)Prozesse des Unternehmens beeinflusst, was eine wichtige Voraussetzung für die Individualisierung und Innovation von Produkten und Dienstleistungen eines Unternehmens ist. Das Produkt-Management eines Dienstleistungsunternehmens wird beispielsweise über das Reporting des Kundencenters Informationen darüber erhalten wie und wieso ein Produkt von wem genutzt wird. Mit diesem gesammelten Wissen können dann individuelle und sich verändernde Kundenbedürfnisse besser und schneller antizipiert werden.

Kontaktadressen

Schweiz

PIDAS Aktiengesellschaft
Lindenstrasse 38
CH-8034 Zürich
Telefon +41 44 388 98 68
Fax +41 44 388 98 78
E-Mail: info@pidas.com
Web: www.pidas.com

PIDAS Aktiengesellschaft
Margarethenstrasse 38
CH-4053 Basel
Telefon +41 61 278 00 00
Fax +41 61 278 00 30
E-Mail: info@pidas.com
Web: www.pidas.com

Österreich

PIDAS Österreich Ges.m.b.H.
EURO PLAZA
Technologiestraße 5
A-1120 Wien
Telefon +43 1 315 44 34
Fax +43 1 315 44 34 20
E-Mail: info@pidas.com
Web: www.pidas.com

PIDAS Österreich Ges. mbH
Metahofgasse 30
A-8020 Graz
Telefon +43 316 712 715-0
Fax +43 316 712 715-10
E-Mail: info@pidas.com
Web: www.pidas.com

Deutschland (Standort Reutlingen)

PIDAS Deutschland GmbH
Goethestrasse 10
D-60313 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 210 873 152
Fax +49 69 210 873 153
E-Mail: info@pidas.com
Web: www.pidas.com