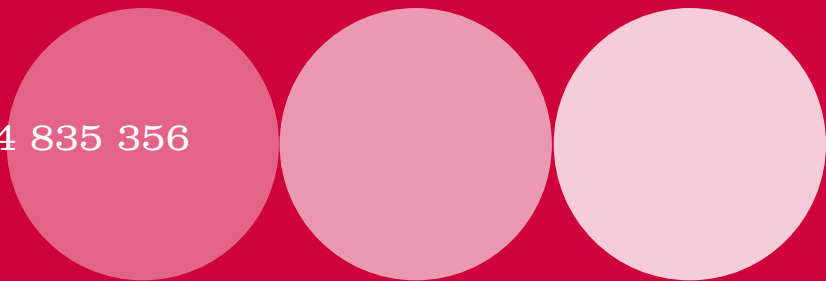


Wir sind ganz Ohr: Tel. 0844 835 356



NEWSFLASH

Das Kundenmagazin der Telekom

Besuchen
Sie das neue
T&N-Infoportal
www.t-n.ch

SOCIAL MEDIA CRM Lösungen für den Kundendialog

PRESALES Aus Visionen werden Lösungen

CASE STUDY Schuler St. JakobsKellerei

CALL-SIMULATOR Coaching im Contactcenter

DIAMANTENFIEBER Interview mit Daniel Spring, Microdiamant AG



T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS



GO ON
STEP BY STEP

WEITERDENKEN

Damit Sie ohne Umwege ans Ziel gelangen. Wir verbinden Informatik, IP-Telefonie, Telekommunikation und Outsourcing zu intelligenten Lösungen. Folgen Sie uns. Wir gehen – STEP BY STEP – voran auf sicherem Weg zum Ziel.



T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS

Dietlikon Zürich Frauenfeld Olten Basel Crissier

Tel. 0844 835 356 www.t-n.ch

NewsFlash

Lesefutter für Neugierige



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Eine neue Studie des BSO und von Trendbüro (Hamburg) in der Region D/A/CH kommt zum Schluss, dass in Unternehmen mit mehr als zehn Mitarbeitenden fast die Hälfte der Arbeitszeit auf interne und externe Kommunikation fällt. Die Kommunikation in richtige Bahnen zu lenken und effizient zu gestalten, ist in vielen Unternehmen ein grosses Thema. Aufgrund der gestiegenen Anforderungen werden Aufgaben auch immer häufiger in Teams gelöst. Damit dies gut funktioniert, braucht es leistungsfähige Kommunikationsplattformen, welche die «alten» und «neuen» Kanäle optimal integrieren. Die Kanäle der Social Media werden immer wichtiger, da sie die Zusammenarbeit erleichtern und bei der jungen Generation eine hohe Akzeptanz erreicht haben. Damit ist der Einzug von Social Media auch in die Contactcenter vorgezeichnet. Eine grosse Herausforderung besteht darin, aus anonymen Surfern identifizierte Konsumenten zu machen und diese unkompliziert zu bedienen. Erste Ansätze dazu möchten wir Ihnen in diesem NewsFlash aufzeigen.

Daneben zeigen wir Ihnen, wie die Firma Schuler St. JakobsKellerei Kommunikation betreibt oder wie Sie mit Intueri die Ausbildung revolutionieren.

Lassen Sie sich ein paar Minuten auf unsere spannende Welt der Kommunikation ein und erfahren Sie viel Neues im T&N-NewsFlash. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf, wir freuen uns, gemeinsam Ihre Ziele zu erreichen.

Hermann Graf
Geschäftsführer

**Weiterkommen! Und gemeinsam etwas bewegen.
Wählen Sie 0844 835 356, wenn Sie Fragen haben
oder mit T&N Neuland betreten wollen. Danke.**

Social Media CRM

Lösungsansätze für den Kundendialog von morgen

4

Aus Visionen werden Lösungen

Das T&N-PreSales-Team analysiert, konzipiert und realisiert Ihre Ideen

6

Jeder Wein ein Original

Schuler St. JakobsKellerei seit über 300 Jahren

9

Call-Simulator revolutioniert die Ausbildung

Flexibilität, Sicherheit und Kompetenz im Training erhöhen

12

Diamantenfieber

Daniel Spring, Co-Präsident der Microdiamant AG, im Gespräch

14

Impressum:
Telekom & Netzwerk AG
Industriestrasse 2
8305 Dietlikon
Telefon 0844 835 356
E-Mail info@t-n.ch

Social Media CRM

Lösungsansätze für den Kundendialog von morgen



Social Media CRM ist in sich ein krasser Widerspruch. Customer Relationship Management geht von der Vorstellung einer One-to-one-Beziehung aus, bei der Anbieter den Kunden persönlich kennt und ihn mit dem Namen ansprechen kann. Der grosse Erfolg von Social-Media-Plattformen basiert jedoch auf der Anonymität des Individuums. Die jüngste Entwicklung zeigt, dass in der Kombination dieser beiden Welten ein enormes Potenzial steckt.

Verschiedene Studien belegen, dass es in der Mediennutzung massive, altersbedingte Differenzen gibt. Über 65 Prozent der unter 35-jährigen Konsumenten konsultieren vor einem Kauf oder bei einem Problem zuerst das Internet. In Foren, Blogs und sonstigen Informationsseiten finden sie die Antwort, tauschen sich mit Gleichgesinnten aus und bilden sich ihre Meinung. Häufig geht es dabei auch um klare Kaufempfehlungen und aktive Referenzangaben. Der Konsument vertraut einer völlig unbekanntem Person im Web mehr als dem Verkäufer. Es ist somit klar, dass der Reputationspflege im Netz in Zukunft eine grosse Bedeutung zukommt. Ein aktives Bashing gegen ein Produkt, ein Unternehmen oder gar eine Person kann fatale Folgen mit einem enormen Schaden haben. Als Unternehmen steht man vor der Schwierigkeit, dass man aktiv in die Diskussionen eingreifen und sich verteidigen möchte. Aufgepasst! Hier kann der Schuss nach hinten losgehen. Die alten Muster von Verteidigung und Vertuschung funktionieren hier nicht. Im Gegenteil: Nichttransparente, unredliche Methoden werden sofort schonungslos aufgedeckt und der Ball kommt dann erst recht ins Rollen.

Mithören und verstehen

Bevor man überhaupt etwas Konkretes unternehmen kann, muss man zuerst aktiv und systematisch zuhören. Es gilt, mit geeigneten Monitoringtools die wichtigsten Plattformen wie Facebook, Twitter, Xing, RSS-Feeds, spezifische Foren und Blogs zu überwachen und auszuwerten. Was wird über mein Unternehmen, meine Produkte und diesbezügliche, spezifische Bedürfnisse etc. im Web erzählt? Ist ein Trend zu erkennen? Gibt es klare Muster, die Hinweise auf einen Missstand geben, der behoben werden könnte? Um dies zu ermöglichen, hat Avaya eine Social-Media-Management-Software entwickelt – den Avaya Social Media Manager.

AVAYA SOCIAL MEDIA MANAGER

Der Social Media Manager überwacht die Vorgänge auf verschiedenen Kanälen (z. B. Twitter, Facebook, RSS-Feeds und anderen Anwendungen). Jede Interaktion wird zur Bearbeitung an das Avaya-Contactcenter geleitet. Der Social Media Manager enthält ein Toolkit mit einer hochentwickelten Mediaprocessingstechnologie zur Ermittlung der Sprache und der Relevanz der Nachricht, zur Erkennung von Spam und zur Informationsklassifizierung. Das Kontextmodul stellt die Kontextinformationen der gewählten öffentlichen Website der Social-Network-Plattformen wie beispielsweise Facebook oder Twitter und zusätzlich interner Datenbanken dar. Dies gibt dem Agenten oder Experten ein vollständiges Kundenprofil und ein besseres Verständnis über die Art und Weise des Kontakts durch das soziale Medium.





Der Mensch im Zentrum

Mit der richtigen Technologie kann heute der Agent Social Media und klassische Formen des Beziehungsmanagements zusammenführen. Diese Technologie bietet die neue Avaya-Aura-Contactcenter-Lösung. Mit dieser Lösung können Sie Informationen sammeln, analysieren, verdichten und verarbeiten. So wird es möglich, in Zukunft potenzielle Leads über Social Media zu generieren, zu identifizieren und in ein persönliches Beratungsgespräch umzuwandeln.

T&N – IDEEN, DIE SIE WEITERBRINGEN



Besprechen Sie mit uns die Kundenanforderungen von morgen, so dass Sie schon bald die Chancen von Social Media in Ihrem Contactcenter nutzen können. Bruno Schmed freut sich auf Ihren Kontakt: E-Mail bruno.schmed@t-n.ch, Telefon 044 835 36 50.

Anonyme Surfer identifizieren – und zum Ziel führen

Können Sie sich noch erinnern? Wenn Sie früher in ein Einkaufsgeschäft gingen, standen Sie vor und der Verkäufer hinter der Theke. Wenn Sie ein Produkt anschauen wollten, gab Ihnen der Verkäufer das Produkt und erklärte die Funktionsweise, Vorzüge etc. Heute ist dieses Szenario nicht mehr denkbar. Sie betreten einen Laden, tausende Produkte lachen Sie an, oft kein Verkäufer weit und breit. Etwas Ähnliches spielt sich im Internet ab. Der Konsument hüpfert von Seite zu Seite, schaut sich die Produkte und sonstigen Informationen an und bleibt anonym. Für den Anbieter wird es immer schwieriger, sich zu differenzieren, und für den Kunden immer schwieriger, das Produkt zu finden, welches er sucht. Es muss gelingen, anonyme Surfer auf der Website subtil anzusprechen und zu identifizieren.

Avaya hat eine Software entwickelt, die es Ihnen ermöglicht, einem potenziellen Kunden während des Surfens auf Ihrer Website nach einer bestimmten Zeit oder je nach Themenwahl einen Livechat oder ein Callback anzubieten.

Im Chat können Sie dem Kunden die relevanten Seiten präsentieren oder ihm gewisse Aufgaben abnehmen. Die Erfahrung zeigt, dass das Unternehmen mit dieser aktiven Begleitung im Web in Kürze die Umsätze markant steigern kann.

AVAYA AURA WEBCHAT LÖSUNG

Ein Kunde klickt auf Ihrer Website auf das von Ihnen interaktiv eingeblendete Chat-Banner. Umgehend geht die Chat-Anfrage ins Contactcenter zu einem freien Agenten. Dieser öffnet die Chat-Verbindung und startet die Kommunikation mit dem Kunden. Dabei kann der Agent neben statischen auch Videoinformationen übermitteln. Sollte die schriftliche Form für eine sinnvolle Kommunikation nicht ausreichen, kann dem Kunden mit der Callback-Funktion ein Telefongespräch angeboten werden.

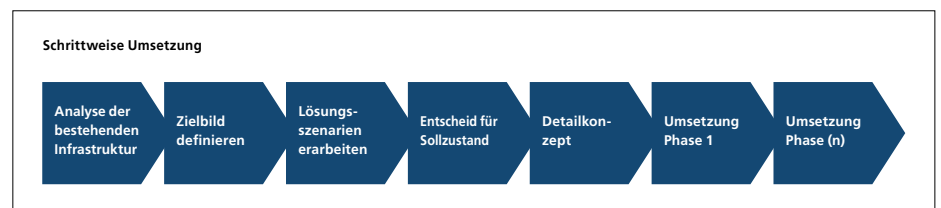


Aus Visionen werden Lösungen

Das T&N-PreSales-Team analysiert, konzipiert und realisiert Ihre Ideen



Das T&N-PreSales-Team im Konvergenzbe-
 reich analysiert, konzipiert und realisiert
 Ihre Ideen rund um die interne und externe
 Kommunikation. Die Verschmelzung der In-
 formatik mit der Kommunikationstechnolo-
 gie (ICT) macht die Aufgabe sehr anspruchsvoll: Es gilt die verschiedenen Medien und
 Applikationen wie Sprachkommunikation,
 Presence, E-Mail, Chat, Instant Messaging,
 ERP, CRM und Social Media zu orchestrieren.



Mit dem stufenweisen Vorgehen bringen wir Sie sicher ans Ziel.

HERBERT WEISS, PRESALES AVAYA IP OFFICE



«Die Bedürfnisse unserer Kunden zu erkennen und eine passende Lösung auszuarbeiten, fasziniert mich jeden Tag aufs Neue. Die Zusammenarbeit mit den Herstellern und Lieferanten, um an der Weiterentwicklung der Produkte zu arbeiten, bereitet mir Freude.»

In einer schnelllebigen, global vernetzten Welt entsteht nachhaltiger Erfolg nicht alleine aufgrund sich bewährter Stärken. Trotz stetigem Wandel erfolgreich zu bleiben, ist die grosse Herausforderung. Am Anfang einer Aufgabenstellung stehen die Analyse und die Lösungsfindung. Nicht immer ist der offensichtlichste Weg der erfolgreichste für die Zukunft. Das Consulting von T&N entwickelt mit Ihnen klare Antworten in Bezug auf die Entwicklung der Kommunikations- und IT-Landschaft in Ihrem Unternehmen. Eine erfolgreiche Beratung bedeutet für T&N, Ihnen als Auftraggeber zielgerichtet die notwendigen Inputs zu geben.





Die Anforderungen an die Kommunikationsmöglichkeiten steigen bei allen Firmen durch das veränderte Kommunikationsverhalten der Kunden an. Die Unternehmen werden immer mehr mit der Herausforderung konfrontiert, sowohl den Mitarbeitenden als auch den Kunden die Möglichkeit zu geben, über die zunehmende Anzahl verschiedener Kanäle zu kommunizieren. BYOD (**B**ring **Y**our **O**wn **D**evice), Social Media, Presence, IM, Web Chat, Skype, Mobile Integration, One Number, Sequenced Applications, VoIP, CTI und SIP sind nur einige der Themen, bei welchen wir Sie begleiten und das Bindeglied zwischen dem technischen Fachchinesisch und den Geschäftsanforderungen bilden. Unsere Betreuung geht über die Planungsphase von Projekten hinaus. Wir beraten Sie von der Initialisierung Ihres Projektes bis zur Implementierung und stellen damit sicher, dass sämtliche Aspekte berücksichtigt werden. Unser Solution-Design-Team bietet die Lösungsarchitektur sowie Konzepte, welche Ihren individuellen Bedürfnissen entsprechen. Darum legen wir grossen Wert darauf, Sie und Ihr Vorhaben bestmöglich kennen zu lernen. Mit diesem Wissen und unserem Können bringen wir Sie garantiert einen massgeblichen Schritt weiter.

JOËL DECIAN, SENIOR PRESALES AVAYA ACM



«Das angenehme Arbeitsklima bei T&N und die langjährige und enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern motiviert mich täglich, meinen Job als Senior PreSales auszuüben.»

GLOSSAR

Wer es mit Technik zu tun hat, spricht häufig in Abkürzungen. Was steckt dahinter? Als Serviceleistung haben wir Ihnen hier ein paar Ausdrücke aufbereitet. Wenn Sie Lust auf mehr haben, konsultieren Sie unsere neue Homepage: www.t-n.ch, Rubrik: Fachbegriffe.

Bring Your Own Device

Die Mitarbeitenden bringen ihre eigenen IT-Geräte in das Unternehmen mit und greifen damit auf Server zu, verarbeiten Daten und speichern diese auf den persönlichen Geräten.

Computer Telephony Integration (CTI)

Computer Telephony Integration ist die Verknüpfung von Telekommunikation mit elektronischer Datenverarbeitung. Damit wird es möglich, dass die Telefoniefunktionen auf dem PC genutzt und weiterverarbeitet werden können.

Enterprise Mobile Integration (EMI) oder One Number

Enterprise Mobile Integration ist eine Form von Fixed Mobile Convergence (FMC), die eine Integration zwischen Telefonanbieter (z.B. Swisscom), Firmennetzwerken und Telefonsystemen bietet. Jeder Teilnehmer hat nur eine Telefonnummer, die aus festen als auch mobilen Standorten eingesetzt werden kann. Dies vereinfacht die Erreichbarkeit und erhöht den Komfort, da immer nur eine Telefonnummer angewählt und auch nur ein Voice-Mail-System administriert werden muss.

Instant Messaging (IM)

Instant Messaging ist eine Kommunikationsmethode, bei der sich zwei oder mehr Teilnehmer per Textnachrichten unterhalten – genannt «chatten». Dabei geschieht die Übertragung im Push-Verfahren, so dass die Nachrichten unmittelbar beim Empfänger ankommen. Viele Lösungen unterstützen zusätzlich die Übertragung von Dateien sowie Audio- und Video-Streams.

Presence

Präsenzinformationen gegenüber Kollegen, Vorgesetzten, Kunden und Partnern (auf deren PCs, Telefonapparaten, Smartphones etc.).



ROLAND HÜTTER, PRESALES AVAYA TENOVIS


«Mich faszinieren in meinem Job die kurzen Entscheidungswege und das gute Miteinander. Was mich besonders motiviert, sind die ständig neuen Herausforderungen und die Entwicklungsmöglichkeiten bei T&N.»

Konzeption als Basis der erfolgreichen Auftragsabwicklung

Erfolg entsteht nicht zufällig, sondern beruht auf einer seriösen und routinierten Vorbereitung und langjährig angesammeltem Fachwissen. Die Konzeption ist die Landkarte unserer Reise, ohne die wir trotz Kraft in den Beinen und gutem Willen das Ziel nie erreichen.

Nachdem T&N mit Ihnen die Ziele definiert hat, leiten wir daraus Strategien und anschließende Umsetzungsmassnahmen ab. Die Ressourcenplanung sowie ein konsequenter Zeitplan unterstützen uns in der Konzeptionsphase, die Budgetwerte einzuhalten. Diese Vorgänge ermöglichen es, Chancen und Risiken abzuwägen und den Arbeitsverlauf realistisch zu planen.

Projekte erfordern Orientierung

Sie verlassen sich auf unsere Ausbildung und Erfahrung – wir führen Sie sicher an den Hindernissen vorbei. Als erfahrene Reisebegleiter planen wir unsere Routen sorgfältig und individuell. Wir legen das Kartenmaterial vor und suchen bzw. erklären die beste Route. Erst dann machen wir uns mit Ihnen auf den Weg.

- Richtig zuhören, verstehen und einordnen – so entstehen Lösungen, die wirklich passen. Aus der Analyse Ihrer Bedürfnisse und den Zielvorgaben leiten wir die Route ab, die wir mit Ihnen in Etappen bis zum Ziel gehen.
- Wir führen Sie durch IT- und Telekommunikationslandschaften und legen Ihnen ein sorgfältig ausgearbeitetes und verständliches Projekt vor: immer mit dem Fokus auf die Einhaltung des gegebenen Zeit- und Budgetrahmens.

GLOSSAR

- Verbessern der Erreichbarkeit von Personen und Teams durch das Vermeiden von Unterbrechungen und Störungen (durch Anzeige von «do not disturb», «in a meeting», «in a call» usw.)
- Fällen von intelligenten Entscheiden aufgrund der aktuellen Zustände und Auslösen von Aktionen

Session Initiation Protocol (SIP)

Das Session Initiation Protocol (SIP) ist ein Netzprotokoll zum Aufbau, zur Steuerung und zum Abbau einer Kommunikationsverbindung zwischen Teilnehmern. In der IP-Telefonie ist das SIP ein häufig angewandtes Protokoll.

Skype

Skype ist ein kostenloses Kommunikationsportal mit Instant-Messaging-Funktion, Dateiübertragung und Videotelefonie. Es ermöglicht das kostenlose Telefonieren zwischen Skype-Kunden via Internet. Verbindungen ins Festnetz und zu Mobiltelefonen sind gebührenpflichtig («SkypeOut»).

Social Media

Social Media bezeichnen digitale Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten. Als Kommunikationsmittel werden dabei Text, Bild, Audio oder Video verwendet. Bekannt sind z. B. Facebook, Xing, YouTube, Twitter.

VoIP

VoIP, auch Internettelefonie genannt, ist das Telefonieren über Computernetzwerke, welche nach Internetstandards aufgebaut sind. Dabei werden für Telefonie typische Informationen, d. h. Sprache und Steuerinformationen für den Verbindungsaufbau, über ein auch für Datenübertragung nutzbares Netz geführt. Die Verbindung kann sowohl über IP-Telefonendgeräte direkt am Computer, wie auch klassische Telefone über einen speziellen Adapter hergestellt werden.

Webchat

Ein Webchat ist ein Chatsystem, welches als Webanwendung allein über den Browser stattfindet. Eine spezielle Chat-Software («Client») benötigen die Teilnehmer nicht.

Jeder Wein ein Original

Schuler St. JakobsKellerei seit über 300 Jahren

«Wenn wir einen Wein ins Sortiment aufnehmen, dann tun wir dies als Winzerfamilie und Weinhandelshaus mit über 300 Jahren Erfahrung. Und Sie geniessen die Sicherheit, dass wir seine Herkunft kennen und uns für seine Echtheit und Qualität verbürgen. Seit Generationen für Generationen.»



Im Barockzeitalter, damals als der Sonnenkönig Ludwig XIV über Frankreich regierte, brachten unsere Vorfahren erstmals Wein über den Gotthard von Italien in die Schweiz. Zu dieser Zeit, genau um 1694, beginnt die Geschichte des heutigen Handelshauses Schuler St. JakobsKellerei in Seewen-Schwyz. Was damals mit edlen Stoffen, Uniformen und Kutten für die Klöster begann, entwickelte sich über Bankgeschäfte, Käse, Gewürze und Wein weiter. Die Leidenschaft zum Wein ist geblieben, und wie.

Seit je lebt der Wein am Puls der Zeit, hinterlässt Spuren in den Chroniken der Weltgeschichte und in bittersüssen Tagebucheinträgen. Die Kraft des Weines liegt in seiner Herkunft. Auf der ganzen Welt werden über 10 000 unterschiedliche Rebsorten an- und zu edlen Tropfen ausgebaut. Schuler bietet mit über 400 trinkreifen Weinen nicht nur ein ausgesprochen attraktives Sortiment aus der ganzen Welt an, sondern versteht sich auch als Vermittler der Wein- und Genusskultur und bietet eine ganze Reihe von Weinreisen, Degustationen und Führungen sowie Weinseminare im Rahmen eines Weinforums an.

T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS



Bewegte Geschichte

Mit den Wirren in Europa um Napoleon und auch später zwischen den Weltkriegen hat das Handelshaus Schuler alles andere als eine geradlinige Geschichte hinter sich. Immer wieder waren es innovative Köpfe, die den richtige Riecher hatten und dem Unternehmen eine Richtungsänderung ermöglichten. Um 1820 wurde das Tuchgeschäft aufgegeben. Die Textilbranche war in einer Krise und es fand sich niemand in der Familie, der diesen Bereich weiterführen wollte. Vielleicht lag es auch daran, dass Johann Jakob Castell und sein Schwiegersohn Josef Anton Schuler mit dem Handel von Schweizerkäse in Oberitalien überaus erfolgreich waren. 17 000 Laibe wurden pro Jahr über den Gotthard transportiert und auf dem Rückweg brachten die Fuhrwerke und Saumtiere Wein, Reis, Kastanien, Branntwein, Honig, Salami, Geflügel und andere Güter in den Norden. Anfang des 19. Jahrhunderts bekam das Weingeschäft steigende Bedeutung. Das Haupteinkaufsgebiet war Norditalien, schon bald aber wurden Weine aus Frankreich, dem Rheinland, Breisgau und Ungarn ein-

geführt. Das Weingeschäft wurde wie das Bankgeschäft von den Gebrüdern Anton und Theodor Schuler weitergeführt, die 1893 in Seewen, nahe der neuen Gotthard-Bahnstation, eine grosszügig bemessene Kellerei erbauten, 1891 in Luzern eine Niederlassung eröffneten und 1895 an der Kesselgasse in Luzern ein Kellergebäude erwarben.

Weinhandel neu erfunden

Zwischen den beiden Weltkriegen ist aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Lage ein erbitterter Konkurrenzkampf zwischen den Anbietern in der Zentralschweiz entbrannt. Die Preise sanken, die Steuern erhöhten sich und so kam es zu verlustreichen Jahren. Gleichzeitig änderte sich das Konsumverhalten. So hielt Theodor Schuler 1923 in den Geschäftsbüchern fest: *Da der Weinkonsum je länger je mehr von den Gasthäusern in die Privathäuser verlegt wird, werden*

wir in Zukunft der Privatkundschaft vermehrte Aufmerksamkeit schenken müssen, sei es durch Besuch oder durch schriftliche Bearbeitung.» In der Folge wurden die Privatkunden intensiver bearbeitet und mit dem Clubgedanken die Kultur des Weintrinkens über weitere Distanzen transportiert. Immer wieder neue Weininteressierte freuen sich an der Präsentation neuer Trouvaillen im attraktiven Degustationsset.

Kommunikation im Wandel

Waren es früher hauptsächlich persönliche Kontakte mit den Kunden, so wird heute viel über Mailings, Telefonate und das Internet kommuniziert. Um trotzdem auch physisch nah an den Kunden zu sein, werden in der ganzen Schweiz die St. Jakobskellereien als Weinfachgeschäfte betrieben. Neben dem Weinhandel geht es aber immer auch um das Wissen rund um den Wein, die Weinanbauggebiete und die Kunst des Geniesens. Immer wichtiger werden auch Social-Media-Kanäle wie Facebook und Twitter. Damit die Erreichbarkeit jederzeit sichergestellt werden kann und neue Kanäle optimal eingebunden werden können, setzt Schuler auf ein Avaya-





SCHULER STELLT SICH VOR

Die Schuler St. JakobsKellerei gehört mit rund 190 Mitarbeitenden zu den wichtigsten Weinfachhändlern in der Schweiz. Wir sind nicht nur Ihr Weinlieferant. Auf Wunsch sind wir für Sie auch Weinseminar und Erlebniswelt. Immer für Sie erreichbar: Tag und Nacht via Internet. Schnell zur Hand am Telefon. Und persönlich erwarten wir Sie in unseren Weinwirtschaften und Weinfachgeschäften mit über 400 trinkreifen und exklusiven Tropfen aus aller Welt, frisch zubereiteten Delikatessen, Accessoires, wunderschön verpackten Geschenkideen, Degustationen sowie Weinen im Offenausschank. So oder so, die kompetente Beratung durch unser Fachpersonal ist stets inbegriffen. www.schuler.ch

Aura-Contact-Center. Damit können Echtzeitdaten und Daten aus der Vergangenheit den Kundenservice noch reibungsloser und individueller unterstützen. Dank einfacher Kommunikation über Sprach- und Multimediakanäle kann das Unternehmen mit seinen Kunden kommunizieren, wie es diesen am besten passt. Das Ergebnis ist ein Contactcenter, das allen Kunden ein stets einheitliches, effizientes und ganz persönliches Kundenerlebnis bietet – ein Contactcenter, das zur Markenstärkung beiträgt und die Kundenbindung verbessert.

Laufende Weiterentwicklung

Schuler hat sich schon vor langer Zeit für eine Avaya-Plattform und T&N als Partner entschieden, wobei die Plattform laufend weiterentwickelt wurde. Die Skalierbarkeit, die einfache Handhabung und die Investitionssicherheit sind wesentliche Entscheidungskriterien für den Einsatz in einer Umgebung, wo der Kundenkontakt ganz direkt über den Erfolg des Unternehmens entscheidet.

Leistungen und Projektumfang

- Hochrüstung der bestehenden Anlage
- Implementation einer Sprachaufzeichnung für 15 Agenten
- Implementation Avaya AACC (Avaya-Aura-Contact-Center) für Outbound-Telefonie
- Anpassung der Kundenmasken für die Erfassung der Bestellungen
- Anpassung der Auswertungen und Reports nach den Vorgaben der Schuler St. JakobsKellerei
- Ausbildung des Supervisors
- Ausbildung der Agenten

Nutzen für Schuler

- Effizienzsteigerung durch die Möglichkeit für Outbound-Kampagnen
- Gezielte Förderung der Mitarbeitenden basierend auf persönlichen Messresultaten
- Produktivitätssteigerung der Teams durch aussagekräftige Reports
- Coaching der Agenten mittels Quality-Monitoring-Modul mit Sprachaufzeichnung (QM)

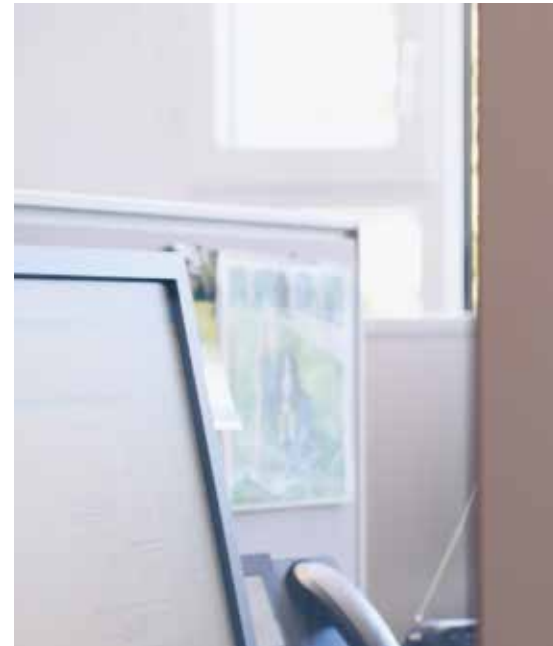
IT & COMMUNICATION SOLUTIONS

Call-Simulator revolutioniert die Aus

Flexibilität, Sicherheit und Kompetenz im Training erhöhen

«Was du mir sagst, das
vergesse ich.
Was du mir zeigst, daran
erinnere ich mich.
Was du mich tun lässt,
das verstehe ich.»

Konfuzius, 551 bis 479 v. Chr.



Warum nur Erfolgserlebnisse motivieren, wie wir durch Tun Barrieren durchbrechen können und warum passive Wissensaufnahme nicht reicht, um Contactcenter-Mitarbeitende im Training zu mobilisieren: Dieser Beitrag informiert über die erwünschten Nebenwirkungen der neuen Contactcenter-Ausbildung im Call-Simulator.



Forschungsarbeiten bestätigen immer wieder: Gelerntes in Verbindung mit Aktion haftet im Gedächtnis und wird in konkreten Situationen zielsicher angewendet. Genau aus diesem Grund trainieren Piloten in ihren laufenden Aus- und Weiterbildungen Situationen so oft im Flugsimulator, bis sie diese komplett verinnerlicht haben.

Nach dem gleichen Prinzip entwickelte Matthias Meyer, CEO der Intueri AG in Winterthur, den Call-Simulator, ein sprachbasiertes Coaching-Instrument für Contactcenter-Mitarbeitende. «Die teuerste Ressource sind die Mitarbeitenden, hören wir von Partnern und Kunden immer wieder. Das stimmt, doch wir sehen in Mitarbeitern vor allem Menschen, die das Potenzial haben, sich kontinuierlich zu verbessern. Mit dem Call-Simulator sind z.B. Agenten im Contactcenter schneller voll im Betrieb, besser am Telefon und haben dank erfolgreicher Gespräche länger Freude am Job», so Matthias Meyer.

Spielend lernen

Für den Innovator steht das praktische Üben, Learning by Doing und somit der Kompetenzerwerb der Mitarbeitenden im Fokus: «Der Call-Simulator ist ein spielerisches Lerninstrument. Wer spielt, handelt aktiv, probiert neue Strategien aus und steigert dadurch nicht nur sein Wissen, sondern auch sein Können», so der Ausbildungs-Experte. Wie in einem Flugsimulator



oder Computerspiel entwickeln die Mitarbeitenden den Ehrgeiz, immer besser zu werden. Die Ergebnisse des Simulators sind gut mess- und vergleichbar. Trotzdem – oder gerade deshalb – wird der hohe Spiel- und Spassfaktor zum Lernfaktor.

Mit interaktivem Sprachdialog-Training zu mehr Kompetenz

Beim Üben mit dem Call-Simulator entfallen aufwendige Rollenspiele. Der Teamleiter und die Führungskräfte können sich auf ihre Führungsthemen konzentrieren und haben Zeit, mit ihren Mitarbeitenden in die Tiefe zu gehen. Sicherheit in neuen Themen und Repetitionen lassen sich optimal im Call-Simulator trainieren. Das Training im Call-Simulator ist objektiv: Im Fall der sprachgesteuerten Gesprächssimulation ist niemals der Coach oder Kunde «schuld». Der Simulator ist sachlich und neutral, der Mitarbeiter beeinflusst

mit seinem Verhalten sein Ergebnis. Der Mitarbeiter steigert spielend, interaktiv, individuell und aktiv seine Kompetenz.

So funktioniert der Call-Simulator

Der Call-Simulator ist ein interaktives Sprachdialog-System, mit dem Mitarbeiter individuell und praxisnah ihre Dialogkompetenz steigern können. Alles was es braucht, um mit dem Call-Simulator zu trainieren, ist ein Telefon und ein Internetzugang. Der Call-Simulator ist ohne Installation jederzeit, überall und sofort einsetzbar. Dies ermöglicht Coaching zu Randzeiten oder auch von zu Hause aus. Der Call-Simulator flexibilisiert die Ausbildung: Die Mitarbeitenden trainieren, wenn es der Servicelevel zulässt, ganz ohne räumliche und personelle Ressourcenplanung.

Intueri und der Call-Simulator

Erfolgreich abheben und in den Kundenherzen landen – mit dem Call-Simulator bietet Intueri handlungsorientierte Basis-Kommunikationstrainings für Lernende oder neue Mitarbeiter sowie

individuelle Blended-Learning-Projekte zum praktischen Training von spezifischem Prozess- und Produkt-Know-how, um standortübergreifend einheitliche Kenntnisse, Handlungsweisen und freudvolle Kundenerlebnisse sicherzustellen. Das Team steht jederzeit auch beratend zur Seite: bei der Konzeption der Ausbildung, Vereinfachung der Prozesse hinsichtlich Kundenorientierung und Effizienzsteigerung in der Schulung und Weiterbildung.

WAS INTUERI UND T&N VERBINDET



Matthias Meyer, CEO, Intueri AG

«Die Nachhaltigkeit von T&N ist nachahmungswürdig. Seit meinem Praktikum im Studium sind Hermann Graf und sein Team ihren Werten treu geblieben und haben T&N ständig weiterentwickelt», so Matthias Meyer. Wie Hermann Graf sieht der Intueri-Gründer und CEO solide Arbeit und technische Innovationen als grosse Chance. Der Querdenker und Innovator mit der Just-do-it-Mentalität hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Ausbildung zu revolutionieren und Lernen in ein freudvolles und spielerisches Erlebnis mit viel Praxisbezug zu verwandeln. In diesem Kontext entwickelte das Intueri-Team den auf modernster Sprachtechnologie basierenden Call-Simulator, ein Ausbildungs- und Trainings-Tool für Mitarbeitende mit Kundenkontakt. Die gezielte Simulation von Praxissituationen ermöglicht eine effiziente Ausbildung, schnelles Aufbauen von neuen Skills und die Sicherstellung von einheitlichen Standards auch in verteilten Organisationen. www.intueri.ch

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS

Diamantenfieber

Daniel Spring, Co-Präsident der Microdiamant AG, im Gespräch



Im verträumten Lengwil, unweit des Bodensees, hat sich vor einigen Jahren die Microdiamant AG niedergelassen. Die beiden Brüder Daniel und Martin Spring führen das Unternehmen in dritter Generation, das ihr Grossvater vor sechzig Jahren mit viel Pioniergeist gegründet hat. Bereits der Empfang im modernen Bürogebäude lässt erahnen, wie kompromisslos sich die beiden Brüder für die Qualität ihrer Lösungen im Bereich hochwertiger Diamantprodukte einsetzen. Mit dieser Philosophie hat es das Unternehmen an die Weltspitze geschafft. Praktisch überall, wo es hochpräzise polierte Oberflächen braucht, wie in der Uhren- und Schmuckindustrie, im Medizinalbereich, bei Elektronikgütern wie bei Handydisplays, werden die Schleifmittel von Microdiamant eingesetzt.

Daniel Spring, sind Sie in Festlaune?

Das kann man wohl sagen. Wir begehen mit Microdiamant das 60-Jahr-Jubiläum und sind stolz, dass wir diesen Geburtstag als Familienunternehmen feiern dürfen. Wir sind trotz stattlichem Alter voll motiviert, mit viel Elan und Energie, um uns laufend weiterzuentwickeln, so dass die Microdiamant-Erfolgsstory noch lange weitergeschrieben werden kann. Überraschend kam dazu, dass wir den Unternehmerpreis 2012 des Swiss Venture Club gewonnen haben. Das hat intern einen zusätzlichen Schub gegeben. Als weltweit operierendes Unternehmen mit sehr spezifischen Firmenkunden kennt man uns in der Schweiz und auch im lokalen Umfeld kaum. Wir haben die Chance genutzt, der Öffentlichkeit zu zeigen, was wir hier tun. Der Preis hat den Mitarbeitenden viel Selbstvertrauen gegeben und macht sie auch etwas stolz, dabei zu sein.

Wie hält man dieses ständige Fieber aus?

(lacht) Sie meinen unser Diamantenfieber? Das ist so etwas wie das Microdiamant-Lebenselixier. Gemeint ist damit die bedingungslose Ausrichtung des Unternehmens auf die Entwicklung hochwertiger Produkte und kundenspezifischer Dienstleistungen. Nur wenn wir vom Briefing, von der ersten Idee über das fertige Produkt und den dazugehörigen Serviceleistungen bis hin zur Implementierung in die Produktionsprozesse des Kunden Höchstleistungen vollbringen, können wir langfristig erfolgreich sein.



Sie produzieren die grösste Wertschöpfung nach wie vor in der Schweiz. Lässt sich das langfristig durchhalten?

Mein Bruder und ich sind Ingenieure und so etwas wie Prozessoptimierungs-Freaks. Wir investieren laufend in weitere Automatisierungsschritte, um so auch preislich konkurrenzfähig zu bleiben. Unser Wachstum der letzten Jahre hing primär damit zusammen, dass wir einerseits nahe an den Kunden sind und andererseits unsere Produkte sehr flexibel für deren Anforderungen optimieren können. Es ist uns so gelungen, stetig zu wachsen, auch durch die Übernahme von Wettbewerbern.

Sie stehen dem Produktionsstandort Schweiz positiv gegenüber?

Die Präzision, Verlässlichkeit und Flexibilität, wie wir sie nach wie vor in der Schweiz finden, ist schon eine sehr grosse Stärke unseres Landes. Sie erlaubt uns, qualitativ an der Weltspitze zu stehen, was für unser Unternehmen überlebenswichtig ist. Natürlich ist das Währungsverhältnis im Moment alles andere als optimal. Hier sind wir im Vergleich mit unserer Konkurrenz in Asien und den USA klar benachteiligt. Ohne die Einführung der Kursuntergrenze zum Euro durch die SNB wäre die Situation kritisch geworden, für uns und für viele andere Schweizer Exportunternehmen. So gesehen ist die Schweiz durch den starken Franken Opfer ihres eigenen Erfolgs geworden.

Wieso sind Sie heute da, wo Sie sind?

Angefangen hat alles in den 50er-Jahren, als mein Grossvater bei Escher Wyss ein Projekt zum Schleifmittelrecycling bearbeitete. Es ging dabei darum, die Restdiamanten von den abgenutzten Schleifwerkzeugen zu trennen und zu rezyklieren. Damals arbeitete man noch ausschliesslich mit Naturdiamanten. Nach erfolgreichem Ab-



Daniel und Martin Spring
bei der Verleihung des Swiss-Venture-Club-Unternehmerpreises 2012

schluss des Projektes wollte Escher Wyss dieses nicht kommerzialisieren. Mein Grossvater hat die Chance gepackt und sich selbstständig gemacht. Inzwischen haben wir Verfahren entwickelt, um ein synthetisches Material herzustellen, das noch besser ist als Naturdiamanten. Über 90 Prozent der in der Industrie verwendeten Diamanten werden heute synthetisch hergestellt. Als Ingenieure sind wir begierig nach der Erkundung von neuen Lösungen und nach immer höherer Präzision.

Was ist Ihr Erfolgsrezept in der Führung?

Wir fühlen uns wie eine grosse Familie. Mein Bruder und ich arbeiten tagtäglich sehr eng mit den Mitarbeitenden zusammen. Die Hierarchien sind sehr flach und der Austausch damit sehr schnell und direkt. Die Aus- und Weiterbildung ist ein ganz zentrales Thema bei uns. Die Jobs, die wir anzubieten haben, kann man nur bei uns wirklich erlernen. Im Weiteren halten wir die Mitarbeitenden an, sich einzubringen und als Mitunternehmer zu funktionieren. Gestaltungsfreiheit und Eigenverantwortung am Arbeitsplatz werden bei uns deshalb grossgeschrieben und alle sind mit dem Diamantenfieber-Virus infiziert. Mittelmass oder Durchschnitt hat bei uns keine Chance.

Sie haben als 27-Jähriger die Aufgabe als CEO übernommen, wie war das damals?

Ich habe mein Ingenieurstudium absolviert, konnte mich dann noch in den USA in Betriebswirtschaft weiterbilden und arbeitete zuerst in

der Finanzindustrie. Als es um den Generationenwechsel ging und mein Bruder und ich die Führung des Unternehmens übernahmen, hatten wir schon ziemlichen Respekt vor dieser Aufgabe. Unser Vater hat sich von Beginn an aus den Entscheidungsprozessen zurückgezogen, stand uns aber immer für Fragen und Meinungen zur Verfügung. Es war für den Übergang zentral, dass wir unsere eigenen Fehler machten und daraus lernen konnten. Inzwischen haben wir ganz gut gelernt, mit dieser Verantwortung umzugehen, und wir fühlen uns sehr wohl in dieser Rolle.

Bleibt bei diesem Engagement noch Zeit für sich selber?

In den ersten Jahren war das schon schwierig. Inzwischen habe ich mir Freiräume geschaffen und freue mich, meine Freizeit mit meiner kleinen Tochter und meiner Partnerin zu verbringen. Ich bin gerne in der Natur, auf dem Bike oder am Segeln, lasse mich kulinarisch verwöhnen oder koche leidenschaftlich gern selber. In der kälteren Jahreszeit lese ich viel und gehe auch gerne ins Theater.

Wo sehen Sie die Schwerpunkte für die Zukunft?

Die Forschung und Entwicklung für spezifische Lösungen wollen wir noch stärker vorantreiben. Gleichzeitig bauen wir das weltweite Vertriebsnetz weiter aus und wollen die Qualität in der Betreuung unserer Partner weiter erhöhen. Wenn es aus Technologie- oder Verfahrenssicht sinnvoll ist, sind wir auch bereit, die eine oder andere Akquisition zu tätigen. Es bleibt spannend.

Herr Spring, wir danken Ihnen ganz herzlich für dieses interessante Gespräch und freuen uns, Sie als ICT-Partner auf Ihrem Weg zu begleiten. Wir gratulieren Ihnen und Ihrem Team zum sechzigsten Firmenjubiläum und wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg.

