

Vorlage für einen Kundenserviceplan

Unsere Vorlage hilft Ihnen dabei, einen klaren und wirkungsvollen Prozess für den Erfolg im Kundenservice zu erstellen.

So verwenden Sie diese Vorlage:

- Klicken Sie auf das leere Textfeld
- Geben Sie die Informationen ein, die Sie hinzufügen möchten
- Wiederholen Sie diesen Vorgang für jeden Abschnitt
- Laden Sie die gewünschten Seiten herunter und/oder drucken Sie sie aus



[Firmenname]
Kundenserviceplan
Q3 2025

Inhaltsverzeichnis

- 1 Kunden-Personas**
- 2 Customer-Journey-Map**
- 3 Ziele und Kennzahlen im Kundenservice**
- 4 Workflows und Prozesse im Kundenservice**
- 5 Voice of the Customer**
- 6 Tools für den Kundenservice**
- 7 Überblick zum Wissensmanagement**
- 8 Analyse des Kundenserviceplans**

1 Kunden- Personas

Überblick

Die Erstellung von Kunden-
Personas hilft Ihnen dabei,
Ihre idealen Kunden zu
identifizieren. Geben Sie die
Kundendaten in die
vorgesehenen Felder ein, um
jede Persona auszuarbeiten.

Kundenname	 Tony Stark Er/Ihn	 Natasha Romanoff Sie/Ihr	 Steve Rogers Sie/Ihnen
Alter	53	32	45
Industrie	Herstellung	Einzelhandel	Gesundheitspflege
Ausbildung	Bachelor-Abschluss	Promotion	Master-Abschluss
Standort	Los Angeles, Kalifornien	Las Vegas, Nevada	Charleston, North Carolina
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatz steigern • Kundenzufriedenheit steigern • Innovation durch Technologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Kosten senken • Automatisierung einführen • Kundenfeedback implementieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhen Sie die Self-Service-Optionen • Bauen Sie eine Wissensdatenbank auf • Implementieren Sie Chatbots
Schmerzpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Kein Omnichannel-Support • Geringe Agenteneffizienz • Software ist nicht anpassbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Kundenserviceteam erreicht seine Leistungsziele nicht • Geringe Agentenproduktivität 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Self-Service-Optionen • Niedrige CSAT- und NPS-Werte • Arbeitsabläufe sind nicht zu verwalten
Lösungen für Problempunkte	Implementieren Sie anpassbares CRM	Fügen Sie erweiterte KI und Bots hinzu	Implementieren Sie Wissensmanagement- und Helpcenter-Software
Kanalpräferenz	E-Mail oder Text	Telefon oder SMS	WhatsApp oder Messenger

2 Customer -Journey- Map

Übersicht

Identifizieren Sie die Gedanken und Gefühle Ihrer Kunden in Bezug auf Ihre Marke und analysieren Sie, wie sie an den wichtigsten Touchpoints mit Ihrem Unternehmen interagieren.

Reisephase	Kaufen	Onboarding	Erste Erfahrungen
Aktionen Was macht der Kunde?	Der Kunde hat ein Abonnement ausgewählt	Der Kunde nutzte den KI-gestützten Assistenten für Schulungen und Walkthroughs	Der Kunde hat das Erscheinungsbild der Software an sein Branding angepasst
Berührungspunkt Wo findet die Interaktion statt?	Preisseite und Online-Warenkorb	Schnittstelle des Trainingsmoduls	Einstellungen
Gefühl Wie fühlt sich der Kunde und was hat er gesagt?	 Der Kunde war über die Preise verwirrt, gefiel aber der proaktive Support des Live-Chat-Agenten	 Der Bot hat einige Fragen des Kunden nicht sofort verstanden	 Ihnen gefiel, dass sie alles ohne Codierung anpassen konnten
Eigentum Welches Teammitglied kümmert sich um diese Phase?	 Clint Barton, Innendienst	 Nick Fury, Kundensupport	 Nick Fury, Kundensupport
Gelegenheiten Können Sie ein Upselling-, Cross-Selling- oder Zusatzprodukt vorschlagen?	Schlagen Sie vor, dem Plan KI-Tools hinzuzufügen	Schlagen Sie vor, ein engagiertes professionelles Supportteam hinzuzuziehen	Bieten Sie eine kostenlose Anmeldung zum Treueprogramm und ein Empfehlungsprogramm an

3 Ziele und Kennzahlen im Kundenservice

Übersicht

Die Definition von Zielen sowie der Metriken, mit denen Sie den Erfolg messen, ist ein zentraler Bestandteil Ihres Kundendienstplans. Tragen Sie Ihre Ziele und Kennzahlen in die vorgesehenen Felder ein.

Ziele	Metriken
Verbessern Sie die Kundenzufriedenheit	Durchschnittliche Kundenzufriedenheit (CSAT) bei Umfragen von 90 %–95 %
Verbessern Sie den Customer Effort Score (CES)	Customer Effort Score (CES) zwischen 8–10
Steigern Sie die Kundenbindung	Erreichen Sie einen Net Promoter Score® (NPS) von 9–10
Reduzieren Sie die Wartezeiten Ihrer Kunden über alle Kanäle hinweg	<ul style="list-style-type: none"> • E-Mail: 12 Stunden oder weniger • Soziale Medien: 2 Stunden oder weniger • Live-Chat: 1 Stunde oder weniger
Effizientere Lösungszeiten	Lösung beim ersten Kontakt (FCR) Zeit bis zur Lösung Bearbeitungszeit
Erhöhung der Anzahl der täglich gelösten Tickets pro Agent	15 Tickets täglich gelöst
Verbessern Sie die Mitarbeiterzufriedenheit	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiterfluktuation • Mitarbeiterfeedback aus Umfragen

4 Workflows und Prozesse im Kundenservice

Übersicht

Dokumentieren Sie Ihre Workflows und Prozesse, um standardisierte und wiederholbare Schritte für Ihre Kundendienst-Mitarbeiter bereitzustellen. Geben Sie oben im Flussdiagramm den Kommunikationskanal an und fügen Sie anschließend jeden einzelnen Schritt des Kundendienstprozesses in der richtigen Reihenfolge hinzu.



5 Voice of the Customer

Übersicht

Voice-of-the-Customer-Programme ermöglichen es Ihnen, Feedback zu sammeln und auszuwerten, um das Kundenerlebnis zu verbessern. Tragen Sie ein, was der Kunde gesagt hat, was der Kunde sich wünscht, wie wir die Situation verbessern können und wie dringlich die Anfrage ist.

1 Rückmeldung Was haben sie gesagt?	2 Bedürfnisse Was wollen sie?	3 Lösung Wie können wir das Problem beheben?	4 Priorität Wie dringend ist es?
„Der Service war langsam.“	Schnellerer Service	Erhöhen Sie die FRT des Agenten	Hoch
„Ich möchte gerne Support über WhatsApp erhalten, und das bieten Sie nicht an.“	Sie wollen WhatsApp als Kommunikationskanal	Senden Sie Informationen zu Optionen an das Produktteam	Niedrig
„Der Live-Chat ist seit Wochen verzögert und es gibt keine Updates zu einer Lösung.“	Sie möchten keine Verzögerungen im Live-Chat und proaktive Kommunikation vom Support.	Bieten Sie eine Drittanbieter-App an, die eine individuelle Anpassung ermöglicht	Hoch
„Ihre Software ist zu teuer.“	Sie wollen niedrigere monatliche Preise	Bieten Sie einen Rabattcode für niedrigere monatliche Preise für sechs Monate an	Hoch

6 Tools für den Kundenservice

Übersicht

Die richtigen Tools erleichtern es Ihnen, die Ziele Ihres Kundendienstplans zu erreichen. Listen Sie jedes Ihrer Kundendienstziele auf, die Tools, die Sie zur Umsetzung benötigen, sowie den aktuellen Status – ob Sie diese Tools bereits besitzen oder noch beschaffen müssen.

Objektiv	Tools/Software	Ist es in Ihrem aktuellen Tech-Stack vorhanden?
Bieten Sie Self-Service-Optionen an, um Tickets abzuwehren und rund um die Uhr Support zu bieten	Self-Service-Portal	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> NEIN
Setzen Sie Chatbots für 24/7-Support ein	KI-Chatbots	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> NEIN
Kundendaten sammeln und konsolidieren	CRM	<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> NEIN
Verbessern Sie die interne Zusammenarbeit	Tools für die Zusammenarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> NEIN
Sammeln Sie Erkenntnisse, um die Leistung zu bewerten und Verbesserungsbereiche zu finden	Berichterstellung und Analyse	<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> NEIN
Bieten Sie Ihren Kunden einen Sprachkanal an	Cloud-Callcenter-Software	<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> NEIN

7 Überblick zum Wissensmanagement

Übersicht

Definieren Sie Ihren Wissensmanagement-Prozess: Wo wird die Dokumentation gespeichert, wie wird sie aktualisiert, wer benötigt Zugriff und welche Unterlagen sind erforderlich, um den Kunden zu betreuen? Beschreiben Sie außerdem, wie Sie Änderungen oder Aktualisierungen bereichsübergreifend kommunizieren werden.

Wo wird die Dokumentation gespeichert?	<ul style="list-style-type: none">• CRM• Wissensdatenbank• Gemeinsam genutzte Dateien• Community-Forum
Welche Art von Dokumentation wird benötigt, um den Kunden zu bedienen?	<ul style="list-style-type: none">• Standardarbeitsanweisungen• Eskalationsverfahren• Helpcenter-Artikel• Umfragen• Fallstudien
Wer benötigt Zugriff?	<ul style="list-style-type: none">• Manager• Agenten• Fachexperten• Führungskräfte
Wie werden wir Inhalte aktualisieren?	<ul style="list-style-type: none">• Inhaltsblöcke• Inhaltshinweise• Team-Veröffentlichung• ChatGPT
Wie kommunizieren wir Aktualisierungen im gesamten Unternehmen?	<ul style="list-style-type: none">• Memo• E-Mail• Teambesprechungen

8 Analyse des Kundenserviceplans

Übersicht

Die Analyse des Kundendienstplans ermöglicht es Ihnen, die Wirksamkeit des Plans zu messen und zu bewerten. Tragen Sie Ihre Ziele, Metriken, Erfolge, Auswirkungen sowie mögliche Anpassungen ein, die Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen oder zu optimieren.

Ziel	Verbessern Sie die Kundenzufriedenheit	Reduzieren Sie die Kundenabwanderung	Steigern Sie den Customer Lifetime Value (CLV) im Jahresvergleich	Service Level Agreement (SLA)-Satz	Reduzieren Sie die Rate erneuter Ticketöffnungen
Metrik	Durchschnittliche Kundenzufriedenheit (CSAT) bei Umfragen von 90 %–95 %	Retentionsrate zwischen 92 % und 97 %	Verbesserung gegenüber der letztjährigen Rate von 66 %	Erste Reaktionszeit <24 Stunden	Ticket-Wiedereröffnungsrate <20 %
Auswirkungen	Verbesserte Kundenbindung	Erhöhter Customer Lifetime Value	Höherer ROI im Jahresvergleich	Erfüllt SLA und schafft Vertrauen	Höhere Lösungsrate
Erfolg	Ja	Ja	Ja	NEIN	NEIN
Anpassungen erforderlich	Implementieren Sie mehr Kundenfeedback	Behalten Sie bestehende Kunden und gewinnen Sie neue hinzu	Kontinuierliche Verbesserung	Fügen Sie eine Warnung für Agenten hinzu, wenn bei einem Ticket die Gefahr besteht, dass es die SLA nicht erfüllt	Stellen Sie sicher, dass Agenten Tickets nicht vorzeitig schließen

Notizen





zendesk