

Kundenorientierung

Sunrise steht für drei zentrale Werte, die das Unternehmen einzigartig machen: Fairness, Transparenz und Kundenorientierung. Die Werte werden innerhalb des Unternehmens gelebt und umgesetzt und auch bei der Gestaltung und Innovation von Produkten, beim Ausbau des Netzes sowie bei der kontinuierlichen Verbesserung des Kundendienstes miteinbezogen.

Kundenfeedback-Programm

2013 lancierte Sunrise ein unternehmensweites, mehrjähriges Programm mit dem Ziel, das Kundenerlebnis an den verschiedenen Kundenkontaktpunkten erheblich zu verbessern. Dank dem Net-Promoter-Score-Programm (NPS) konnte Sunrise kontinuierlich rückverfolgen, in welchen Bereichen Eingriffe erforderlich waren, und die erfolgreiche Umsetzung von Verbesserungen im Kundendienst sicherstellen. NPS liefert nützliche, einfache Kennzahlen zur Messung der Kundentreue und Customer Advocacy. Der NPS-Score wird durch eine einfache Kundenbefragung unmittelbar nach bestimmten Kundeninteraktionen mit Sunrise erhoben und durch Folgemaassnahmen wie direkte Anrufe an Kunden ergänzt, um spezifische Probleme und Ursachen der Unzufriedenheit von Kundinnen und Kunden festzustellen. Sunrise ist es gelungen, den NPS-Score sowohl für die Kundenkontaktpunkte als auch für die Produkte und Dienstleistungen erheblich zu verbessern.

Ausgezeichnete Kundenfreundlichkeit

Die Kundenorientierung drückt sich auch im Kundendienst aus. Dieser ist auf die Optimierung der Betriebsabläufe ausgerichtet. Sunrise bietet Support für alle Produkte und Dienstleistungen, einschliesslich Verkauf, Administration, Händlersupport und technischen Support sowohl für Mobilfunk- als auch für Festnetzprodukte. Die Customer-Care-Abteilung leistet ihre Dienste via dedizierte Call Centers, schriftliche Korrespondenz und Online-Chat. Die zentralisierte Customer-Care-Einheit verfügt über betriebsinterne Kapazitäten, lagert aber auch bestimmte Dienste aus. Die internen Kapazitäten werden vorwiegend dann eingesetzt, wenn Spezialwissen und Back-Office-Funktionen erforderlich sind.

Die Erreichbarkeits- und Problemlösungsquoten des Kundendienstes von Sunrise wurden erheblich verbessert. Seit Februar 2014 sind die wöchentlich aktualisierten Leistungsindikatoren der Sunrise Call Centers auf der Unternehmenswebsite verfügbar. Sunrise war die erste Betreiberin im Schweizer Markt, die diese Art von Daten publizierte.

Die hohe Qualität des Kundendienstes von Sunrise wird dadurch belegt, dass die führende europäische Telekommunikationszeitschrift connect in der Dezember-Ausgabe 2015 der Customer Care Hotline von Sunrise den Spitzenplatz unter allen schweizerischen Mobilfunkbetreibern verliehen hat.

Im Oktober 2015 wurde Sunrise für ihren Einsatz im Kundenservice an der Swiss Contact Day Awards Night in der Kategorie Employee Focus mit dem Golden Headset Award ausgezeichnet – der höchsten von der Swiss Contact Center Association verliehenen Auszeichnung – sowie mit einem Zertifikat in der Kategorie Customer Focus nach dem Sieger Nestlé.

Das macht Sinn

Sunrise steht für drei zentrale Werte, die das Unternehmen einzigartig machen:

Fairness

Transparenz

Kundenorientierung
