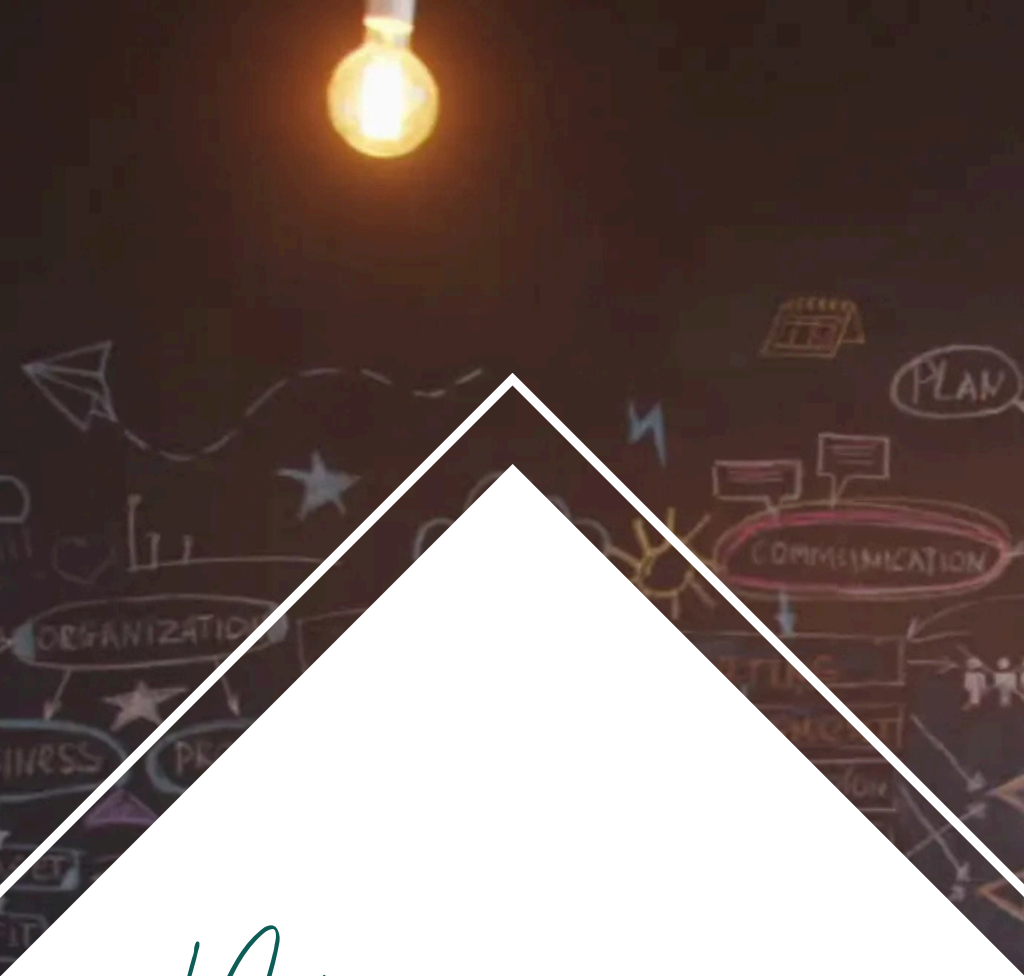




Die Macht des Customer Support

IM START-UP/SCALE-UP-UMFELD



COSMOGONY

Inhalt

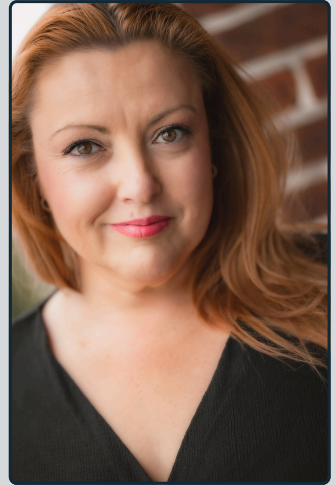
Herausforderungen im Customer Support	05
Chancen im Customer Care	07
Erfolgsfaktoren	09
Der 6 - Schritte Plan	11
Die Goldnuggets	14
KPIs	17
Extra - eine moderne Kontaktstrategie	20
Cheat Sheet Customer Support	26

Customer Support Beratung für Start-ups & Scale-ups

Ich bin Stefanie Tomaszewicz, Gründerin von cosmogony – deine CX Consulting Agentur und dein Umsetzungspartner für professionellen Customer Support und Kundenservice in Berlin und deutschlandweit.

Warum Customer Support dein stärkster Wachstumshebel ist

Exzellenter Kundenservice ist kein Add-on, sondern entscheidend für Retention, Upsells und nachhaltige Skalierung. Ich begleite B2B- und B2C-Start-ups dabei, Customer Support von Anfang an strategisch aufzubauen.



Was ich anbiete:

- CX-Strategie & Support-Architektur: Von der Vision bis zur Umsetzung Tool-Implementierung: Gorgias, Zendesk, Freshdesk – passend zu deinem Stack
- Prozessoptimierung & KPI-Management: CSAT, NPS, First Response Time
- Qualitätssicherung & Team-Enablement: Skalierbare Strukturen statt Chaos
- Flexibles Netzwerk: Support-Experten statt starre Agenturen

Für wen ich arbeite:

Start-ups und Scale-ups (SaaS, E-Commerce, Marketplace), die Customer Support als Wettbewerbsvorteil nutzen wollen – deutschlandweit live oder remote.

„Customer Happiness ist kein Zufall – es ist eine Entscheidung für Klarheit, Empathie und gute Systeme“
- Stefanie Tomaszewicz -

Why?

Was ist eine Customer-Support-Strategie für Startups?

Eine Customer-Support-Strategie für Start-ups und Scale-ups definiert, wie ein wachsendes Unternehmen Kundenanfragen effizient bearbeitet, Kundenzufriedenheit sicherstellt und langfristige Kundenbindung aufbaut – trotz begrenzter Ressourcen.

Dieses E-Book liefert einen strukturierten Leitfaden für Gründer und Wachstumsteams, die keinen dedizierten Support-Bereich haben. Es beantwortet zentrale Fragen wie: Wie skaliere ich meinen Kundensupport? Welche Tools und Prozesse brauche ich? Und wie verhindere ich Kundenverlust durch schlechten Service?

Warum ist Customer Support für Start-ups und Scale-ups geschäftskritisch?

Studien zeigen: 75 % aller Kündigungen und Kaufabbrüche sind direkt auf schlechten Customer Support zurückzuführen. Für Start-ups und Scale-ups ist das eine existenzielle Zahl – sie haben keinen großen Kundenstamm, der Servicefehler abfedert.

Strukturierter Kundenservice senkt die Churn Rate, erhöht den Customer Lifetime Value (CLV) und stärkt die Weiterempfehlungsrate.

Herausragender Customer Support ist damit kein nice-to-have, sondern ein strategischer Wachstumshebel.



Welche Customer-Support-Herausforderungen haben Start-ups und Scale-ups?

Start-ups und Scale-ups stehen im Customer Support vor drei zentralen Herausforderungen:

1. Wachstum ohne ausreichende Ressourcen

Rasantes Wachstum erzeugt hohen Supportbedarf – doch Personal und Kapazitäten halten oft nicht Schritt. Die Folge: lange Wartezeiten, frustrierte Kunden und ein dauerhaft beschädigtes Markenerlebnis. Studien zeigen, dass die Rückgewinnung verlorener Kunden in 90 % der Fälle scheitert – und stets teurer ist als eine frühzeitige Lösung.

2. Fehlende Flexibilität in einem dynamischen Markt

Kundenbedürfnisse, Technologien und Wettbewerbsbedingungen verändern sich in der Start-up-Welt rasant. Ein reaktiver Customer Support reicht nicht aus – gefragt ist eine adaptive Strategie, die mit dem Unternehmen skaliert. Die richtige Expertise früh einzubinden zahlt sich messbar aus.

3. Budgetdruck und falsche Technologieentscheidungen

Begrenzte Budgets verleiten zu schnellen, oft kostspieligen Fehlentscheidungen: In 4 von 5 Fällen wird das gewählte CRM-Tool innerhalb der ersten fünf bis acht Jahre wieder gewechselt – mit erheblichen Kosten und Reibungsverlusten für Kunden wie Mitarbeitende. Eine erfahrene Beratung verhindert genau das und schafft von Beginn an eine skalierbare, zukunftssichere Grundlage.

FEHLENDE CUSTOMER-CARE-EXPERTISE IN STARTUPS – UND WIE MAN SIE GEZIELT AUFBAUT

In jungen Unternehmen liegt die Kernkompetenz im Produkt – nicht im Customer Care. Das ist kein Versäumnis, sondern der Normalfall. Fehlende Prozesse, unzureichende Schulungen und improvisierten Support kennen fast alle Start-ups und Scale-ups in ihrer Frühphase. Die entscheidende Frage ist nicht ob, sondern wann man gegensteuert.

Praxisbeispiel: Von Improvisation zu messbarem 5-Sterne-Support

Ein Kunde von cosmogony stand vor einem typischen Problem: Wichtige Fachkräfte übernahmen Support-Aufgaben, fehlten dadurch an anderer Stelle – und die Kundenzufriedenheit litt messbar. CSAT- und NPS-Auswertungen lieferten klare Belege.

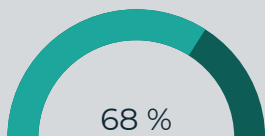
Durch den gezielten Aufbau einer Customer-Success-Verantwortlichen Person, die Entwicklung des Teams und die Erarbeitung einer strukturierten CS-Strategie zeigten sich bereits nach wenigen Wochen konkrete Ergebnisse:

- Gesamtzufriedenheit: **+8 %**
- Beraterzufriedenheit: **+14 %**
- Lösungsquote: **+12 %**
- First Call Resolution (FCR): **+7 %**
- Rücklaufquote Produktmarken-Umfragen: **+15 Prozentpunkte**

Ein ganzheitlicher Blick auf die Customer Experience – kombiniert mit modernen Messansätzen und der Einbindung aller Stakeholder – ist der schnellste Weg zu nachhaltigem Supportwachstum.

Wo liegen die Chancen im Customer Support für euer Start-up/Scale-up

Positive Erfahrungen von Kunden führen zu Empfehlungen und Wiederkäufen, was für Start-ups mit begrenzten Marketingbudgets von enormer Bedeutung sein kann und langfristig zu großem Erfolg führt. Ein guter Ruf für exzellenten Customer Support kann euer Start-up/Scale-up von der Konkurrenz abheben und Vertrauen bei potenziellen Kunden schaffen. Begeistert eure Kunden nicht nur vor dem Kauf eures Produktes. Macht sie zu Fans eures Unternehmens.

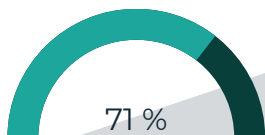


der Kunden machten ihre Kaufentscheidungen von der Qualität des Customer Supports abhängig

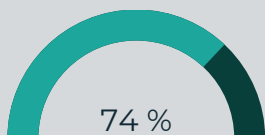
Wertvolles Feedback von Kunden hilft eurem Unternehmen, eure Produkte und Dienstleistungen zu verbessern und die Zufriedenheit weiter zu steigern. Das darf gern weitergesagt werden.

Engagierte Mitarbeitende, die sich um eure Kunden kümmern, tragen zu einer positiven Unternehmenskultur bei und steigern die Produktivität. Gleichzeitig werden motivierte Mitarbeitende im Customer Care in den nächsten Jahren schwieriger zu finden sein als bisher schon.

Dabei verändert sich die Customer Care-Landschaft und die Anforderungen in der Branche rasant und sie bieten Chancen, ganz neue Talente ans Licht zu fördern. Vielleicht habt ihr diese Talente längst an Bord? Weiterentwicklung und Training können Mitarbeitende begeistern und sie an dein Unternehmen binden. Die Investition lohnt sich, vor allem im Vergleich zu den Recruiting-Kosten.



der Kunden empfehlen ein Unternehmen aufgrund des hervorragenden Customer Support



der Kunden verzeihen Unternehmen einen Fehler, nachdem ihnen hervorragender Service geboten wurde

Start-ups und Scale-ups sind aufgrund ihrer schlanken Strukturen und kurzen Entscheidungswege agil und flexibel. Dies bietet euch die Chance, schnell auf neue Bedürfnisse von Kunden und Markttrends zu reagieren und innovative Customer Care-Lösungen zu entwickeln. Lasst uns hier kreativ sein. Customer Care ist heute so viel mehr als nur Calls und Mails.

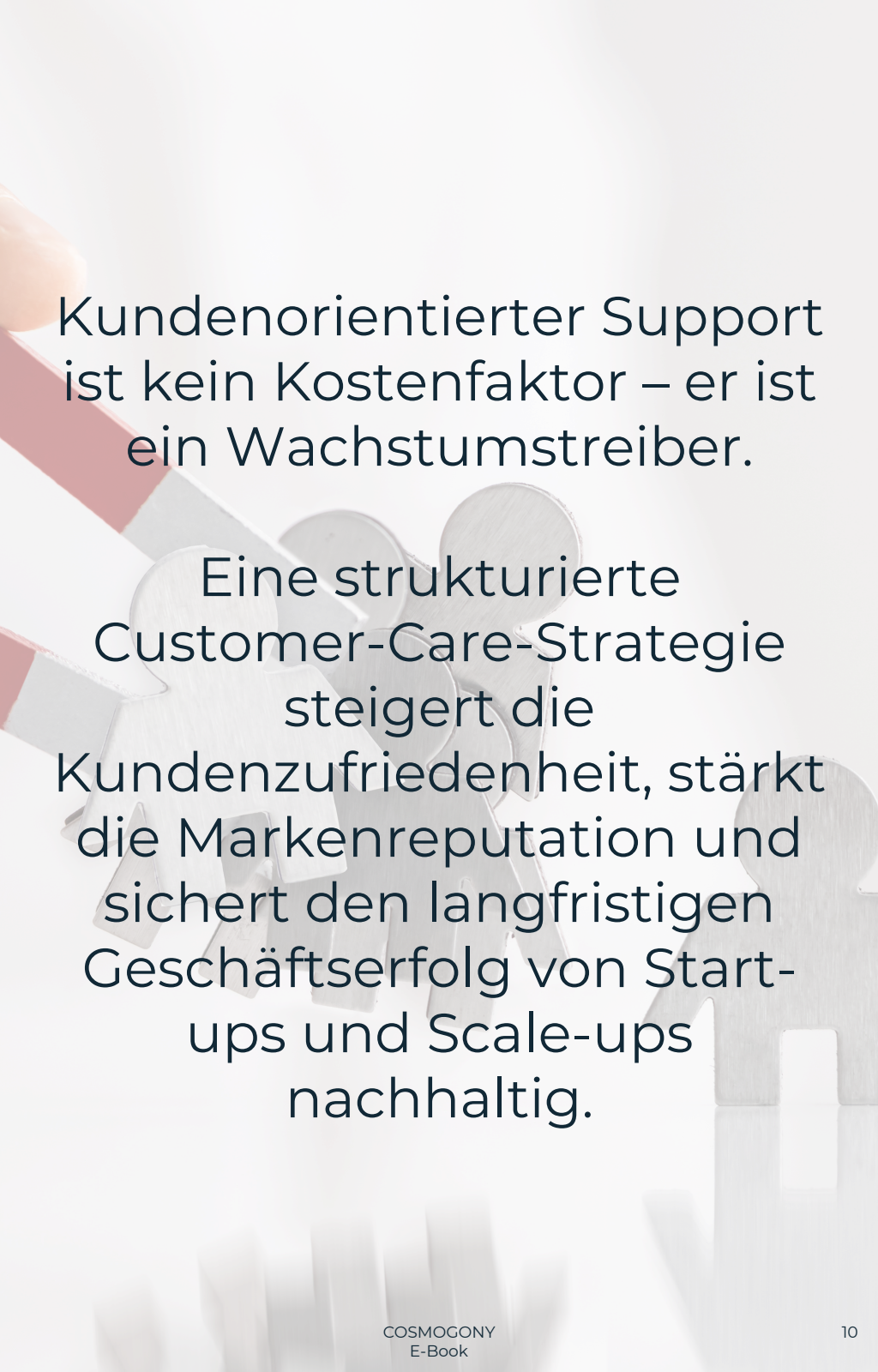
Start-ups und Scale-ups zeichnen sich oft durch eine starke Kundenorientierung und einen Fokus auf Innovation aus. Dies kann zu einem exzellenten Erlebnis für Kunden und einem Wettbewerbsvorteil führen.

Start-ups und Scale-ups sind oft offen für den Einsatz moderner Technologien, die den Customer Care verbessern können. Dies kann beispielsweise Chatbots, KI-gestützte Lösungen und Self-Service-Portale umfassen.

In jungen Unternehmen, wie dem euren, haben Mitarbeitende die Möglichkeit, schnell Verantwortung zu übernehmen und neue Erfahrungen zu sammeln. Dies kann zu einer hohen Motivation und einem hohen Engagement im Bereich Customer Care führen.

Erfolgsfaktoren für exzellenten Customer Support

Tool	Was das für euch bedeutet
Klare Service - Strategie	Ihr wollt eine klare Service-Strategie entwickeln, die auf die spezifischen Bedürfnisse eures Unternehmens und eurer Kunden abgestimmt ist.
Kunden-orientierung	Ihr wollt eure Kunden in den Mittelpunkt aller Aktivitäten und Entscheidungen stellen.
Effiziente Prozesse und Systeme	Euer Customer Care will durch effiziente Prozesse und Systeme unterstützt werden, die eine schnelle und zuverlässige Bearbeitung von Anfragen von Kunden ermöglichen.
Kompetentes und motiviertes Team	Ein kompetentes und motiviertes Team ist der Schlüssel zum Erfolg im Customer Care und in eurem Unternehmen. Mitarbeitende wollen regelmäßig geschult und weiterentwickelt werden.
Technologie	Setzt moderne Technologien wie z. B. Chatbots und CRM-Systeme ein, um den Support in eurem Unternehmen zu optimieren. Macht euch vorher jedoch Gedanken zur Kontakt-Strategie für eure Kunden.
Messen und verbessern	Analysiert die Servicedaten und ergreift Maßnahmen zur Verbesserung. Der Customer Care muss kontinuierlich verbessert werden, um am Markt zu bestehen. Dazu gehören die regelmäßige Messung der Kundenzufriedenheit und die Identifizierung von Verbesserungspotenzialen.

The background of the page features a soft-focus image of several hands holding up small, light-colored wooden human figures. The figures are arranged in a way that suggests a group or community. The hands are positioned at the bottom and sides of the frame, with the figures standing on them. The overall tone is warm and supportive.

Kundenorientierter Support
ist kein Kostenfaktor – er ist
ein Wachstumstreiber.

Eine strukturierte
Customer-Care-Strategie
steigert die
Kundenzufriedenheit, stärkt
die Markenreputation und
sichert den langfristigen
Geschäftserfolg von Start-
ups und Scale-ups
nachhaltig.

Der 6 -Schritte Plan

Verantwortung festlegen

Ein starkes Team im Customer Support reiht sich in die gesamte Customer Experience ein. Es braucht jemanden, der für sie die Richtung vorgibt und im Unternehmen für sie einsteht. Die Verantwortung gehört auf C-Level Ebene, denn der CS ist nur ein Teil der Experience, die sich durch verschiedene Teams und Ebenen im Unternehmen zieht. Habt ihr euch schon einmal einen Überblick davon verschafft, welche Unternehmensbereiche auf die CX Einfluss nehmen?

2

Dokumentation des aktuellen Stands

Wenn ihr bisher nichts gemessen oder dokumentiert habt, dann fangt sofort an. Was ihr nicht messt, könnt ihr nicht sehen oder priorisieren.

Träumen

Stellt euch die perfekte Erfahrung eurer Kunden mit eurem Unternehmen vor und dann setzt sie um.

3



Entwicklung einer Strategie

Definiert eine zielgerichtete Service-Strategie und eine an Kunden orientierte Kontaktstrategie. Kunde ist nicht gleich Kunde. Schaut euch die unterschiedlichen Strategien der Drogerieketten Rossmann und DM an. Beide könnten sich in ihrem Angebot nicht ähnlicher sein und dennoch sprechen sie ganz andere Zielkunden an und dies wiederum spiegelt sich in ihren Strategien dazu, wie Kunden mit ihnen in Kontakt treten wollen und können.

Smarte Planung: Forecasting

Planung ist das halbe Leben. Gute Planung ist noch weit mehr als das. Mit der Erstellung präziser Forecasts für den Supportbedarf macht ihr euch kurz-, mittel- und langfristig handlungsfähig. Berücksichtigt vor allem eure Saisonalitäten und optimiert eure Personaleinsatzplanung und Ressourcenkalkulation.



Potenziale heben

Kundenzufriedenheit steigern, Kosten senken – besser geht immer. Wahrscheinlich war das der Grund, warum es euer Unternehmen heute gibt und das gilt auch für den Customer Support. Schaut hin und identifiziert die Verbesserungspotentiale im Customer Support. Mit exzellentem Service lässt sich die Zufriedenheit der Kunden immer steigern und effiziente Prozesse helfen, die Kosten zu reduzieren.



AUFGABE 1

Nimm dir ein paar Minuten und dein digitales Notizbuch zur Hand und überlege, welche der 6 Punkte in deinem Unternehmen umgesetzt sind und notiere, wie du die fehlenden in deinem Unternehmen implementieren kannst.



Die Goldnuggets



Um exzellenten Customer Care zu leisten und gleichzeitig die Kosten zu senken, ist ein strategisches Vorgehen unerlässlich. Die folgenden Goldnuggets bilden dabei das Fundament:

Service-Strategie: Klare Ziele und Werte → Kundenorientierte Ausrichtung gewährleisten. Strategie an spezifischen Bedürfnissen der Zielgruppe anpassen.

Effiziente Prozesse und Systeme: Schnelle und zuverlässige Bearbeitung von Anfragen ermöglichen. Technologien wie Chatbots, KI-gestützte Lösungen und Self-Service-Portale, um die Effizienz zu steigern.

Kompetentes und motiviertes Team: Fähigkeiten und Know-how im Bereich Customer Care. Investition in Schulung und Weiterentwicklung. Fördert Engagement und Motivation.

Kontinuierliche Verbesserung: Zufriedenheit der Kunden messen und Verbesserungspotenziale identifizieren. Optimierung eurer Prozesse, Systeme und Services

Orientierung und Fokus auf Innovation: Kundenorientierte und auf Innovation fokussierte Unternehmenskultur. Neue Ideen und innovative Lösungen.

TELL ME MORE

Agilität und Flexibilität: Schnell auf neue Bedürfnisse der Kunden und Markttrends reagieren. Einsatz moderner Technologien.

Effektives Ressourcenmanagement: Gezielt Ressourcen einsetzen. In Kundenzufriedenheit investieren und effiziente Prozesse und Systeme priorisieren.

Kommunikation: transparente Kommunikation mit Kunden. Über wichtige Änderungen, Neuheiten und Störungen informieren. Bietet mehrere Kontaktkanäle. Kunden wollen ihre Anliegen schnell und einfach kommunizieren können.

Datenanalyse und datenbasierte Entscheidungen: Customer Care-Aktivitäten optimieren. Trends, Muster und Verbesserungspotenziale identifizieren. Effizienz und Effektivität verbessern.

Kontinuierliches Lernen und Anpassung: Bei Technologien und Best Practices im Bereich des Customer Care auf dem Laufenden bleiben. Strategien und Prozesse an Bedürfnisse der Kunden anpassen.





Sammelt die Nuggets ein
und ihr könnt in eurem
Start-up- oder Scale-up
exzellenten Customer Care
leisten, die
Kundenzufriedenheit
steigern und gleichzeitig die
Kosten niedrig halten oder
senken.

WELCHE KPIS SIND IM CUSTOMER SUPPORT WIRKLICH RELEVANT?

Die richtigen KPIs im Kundenservice sind keine universelle Liste – sie spiegeln die individuelle Servicepositionierung eines Unternehmens wider. Ein Beispiel: Wer sicherstellen will, dass Kunden nie länger als 30 Sekunden warten, braucht genau drei KPIs: die Erreichbarkeit, Wartezeit und Erstkontaktlösung – nicht mehr, nicht weniger.

Merksatz: Gute KPIs messen nicht alles – sie messen das Richtige.

1

NET PROMOTER SCORE (NPS)

Wichtiger Indikator für die Kundenzufriedenheit und zeigt die Wahrscheinlichkeit, mit der Kunden euer Unternehmen weiterempfehlen. Durch die Berechnung des NPS, indem Detraktoren von Promotoren abgezogen werden, erhält euer Unternehmen Einblicke in das Empfehlungsverhalten eurer Kunden. Ein hoher NPS zeigt, dass eure Kunden loyal sind und euer Unternehmen aktiv weiterempfehlen, was sich positiv auf das Wachstum und den Erfolg eures Unternehmens auswirkt.



2

CUSTOMER SATISFACTION SCORE (CSAT)

Misst die Zufriedenheit eurer Kunden mit einem bestimmten Produkt, Service oder einer Interaktion. Indem Kunden ihre Zufriedenheit auf einer Skala bewerten, könnt ihr gezielt Maßnahmen ergreifen, um die Kundenzufriedenheit zu steigern. Durch regelmäßige CSAT-Umfragen könnt ihr Trends identifizieren und Verbesserungen vornehmen, um die Erfahrung der Kunden kontinuierlich zu optimieren.



3

CUSTOMER EFFORT SCORE (CES)

Gibt Aufschluss darüber, wie viel Aufwand eure Kunden betreiben müssen, um ein Problem zu lösen oder eine Aufgabe zu erledigen. Durch die Bewertung der Leichtigkeit oder Schwierigkeit von Interaktionen könnt ihr eure Prozesse optimieren. Ein niedriger CES zeigt, dass eure Kunden mit geringem Aufwand ihre Ziele erreichen können, was zu einer positiven Erfahrung beiträgt, und die Bindung zu euren Kunden stärkt.



DIE RELEVANTEN KPIS

4

CHURN RATE

Zeigt den Anteil eurer Kunden, die das Unternehmen in einem bestimmten Zeitraum verlassen. Ein hoher Churn kann auf Probleme in der Bindung mit den Kunden hinweisen, die es zu identifizieren und zu lösen gilt. Durch die Analyse von Gründen für das Abwandern eurer Kunden könnt ihr gezielte Maßnahmen ergreifen, um die Bindung zu euren Kunden zu verbessern und langfristige Beziehungen aufzubauen.



5

CUSTOMER LIFETIME VALUE (CLV)

Eine Schätzung des Gesamtwerts, den eure Kunden im Laufe der Beziehung zu eurem Unternehmen generieren. Ihr könnt durch die Berechnung des CLV eure Marketing- und Servicestrategien an den Bedürfnissen eurer lukrativsten Kunden ausrichten. Indem ihr den CLV im Blick behaltet und personalisierte Angebote für eure Bestandskunden entwickelt, könnt ihr die Bindung stärken und den Umsatz langfristig steigern.



6

FIRST CONTACT RESOLUTION (FCR)

Misst den Prozentsatz der Anfragen von Kunden, die bereits beim ersten Kontakt gelöst werden. Eine hohe FCR zeigt Effizienz und Nähe, was sich positiv auf die Kundenzufriedenheit auswirken kann. Durch Schulungen eures Support-Teams und die Optimierung von Prozessen könnt ihr sicherstellen, dass die Anliegen der Kunden schnell und effektiv gelöst werden, was zu einer verbesserten Erfahrung für Kunden führt.





Extra:

**Eine moderne
Kontaktstrategie für den
Customer Care im digitalen
Zeitalter**

Was ist eine moderne Kontaktstrategie im Customer Care?

In einer digitalen Welt erwarten Kunden nahtlosen, personalisierten Service – kanalübergreifend und ohne ihr Anliegen wiederholen zu müssen. Eine strukturierte Kontaktstrategie ist dafür die Grundlage. Sie basiert auf sieben zentralen Säulen:



1. Omnichannel-Ansatz Kunden wählen selbst, wie sie Kontakt aufnehmen – per Telefon, E-Mail, Chat, Social Media oder Self-Service-Portal. Alle Kanäle sind nahtlos integriert, um einen konsistenten und personalisierten Support zu gewährleisten.

2. Proaktive Kommunikation

Wer wartet, bis Kunden sich melden, handelt reaktiv. Moderne Kontaktstrategien setzen auf proaktive Information – über Produktverbesserungen, Neuigkeiten oder potenzielle Probleme – via E-Mail, In-App-Nachrichten oder Push-Benachrichtigungen.

3. Self-Service-Optionen

FAQ-Datenbanken, Wissensportale und Chatbots ermöglichen es Kunden, viele Anliegen eigenständig zu lösen – rund um die Uhr, ohne Wartezeit.

4. Personalisierung

Kundendaten werden genutzt, um individuelle Erlebnisse zu schaffen: personalisierte Angebote, passgenaue Produktempfehlungen und maßgeschneiderte Supportleistungen.





5. KI und Automatisierung

Chatbots übernehmen einfache Anfragen, KI-gestützte Analysen identifizieren Verbesserungspotenziale. Der Schlüssel liegt im gezielten Einsatz – Automatisierung dort, wo sie Effizienz schafft, ohne das menschliche Erlebnis zu ersetzen.

6. Social Media Monitoring

Kommentare, Fragen und Beschwerden auf Social Media sind Signale – keine Störungen. Wer sie aktiv überwacht und beantwortet, baut Vertrauen auf und gewinnt wertvolles Echtzeit-Feedback

7. Teamschulung und kontinuierliche Verbesserung

Regelmäßige Schulungen stellen sicher, dass Mitarbeitende kanalübergreifend effektiv agieren. Kundenfeedback und Zufriedenheitsmessungen fließen kontinuierlich in die Optimierung von Prozessen und Systemen ein.

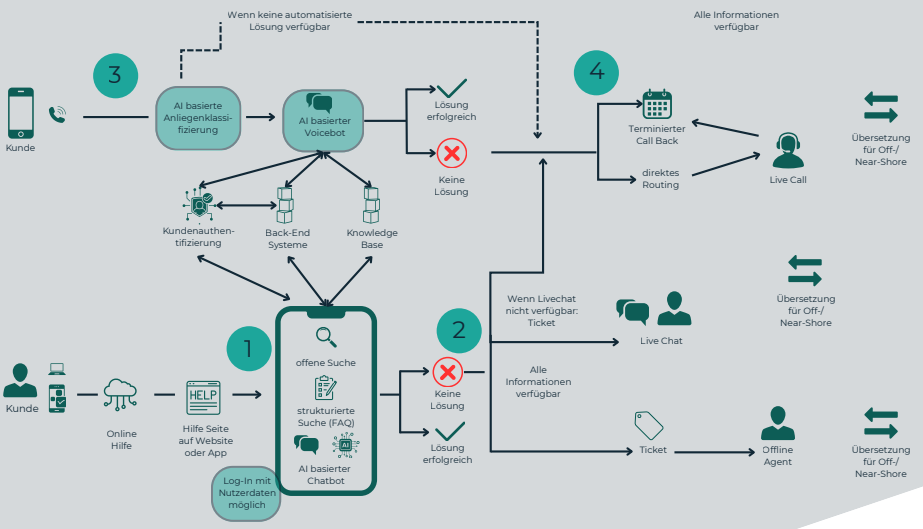
MÖGLICHE KONTAKTSTRATEGIE

In diesem Schaubild hat sich das Unternehmen entschieden, dass es seinen Kunden sowohl einen digitalen Zugang als auch eine Servicrufnummer bieten will. Dabei hat das Unternehmen darauf geachtet, dass auch unter der Servicenummer eine möglichst automatisierte Beantwortung der Anliegen erfolgen soll.

Im digitalen Service (1) sollen Kunden über die unternehmenseigene Website und App den Support erreichen können. Es wird aktiv und passiv auf der Kontaktstrecke überprüft, ob die Kunden ihr Anliegen lösen konnten (2).

Sollten sich Kunden dazu entscheiden, die Servicenummer zu kontaktieren, wird zunächst die KI basierte Anliegenerkennung durchgeführt, um das Anliegen zu identifizieren (3).

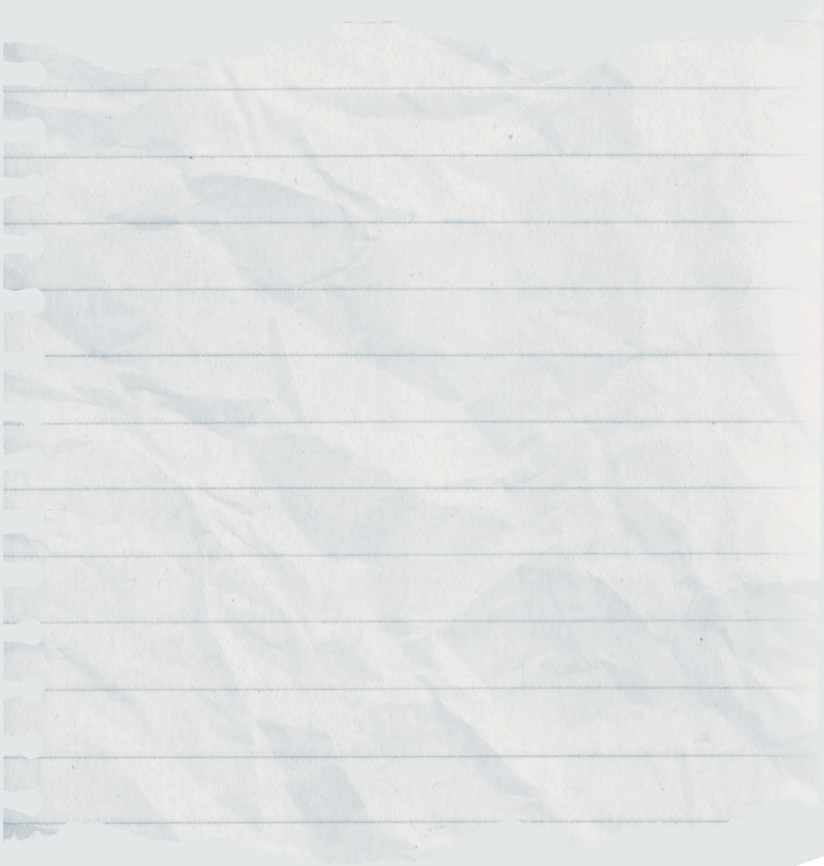
Es wird ebenfalls geprüft, ob das Anliegen der Kunden vom Voicebot mit Unterstützung der KI beantwortet werden kann.



AUFGABE 2

Skizziere die aktuelle Kontaktstrategie in deinem Unternehmen und prüfe, inwiefern sie zu den Zielen deines Unternehmens für den Customer Support passt.

Welche Änderungen müssen ggf. angestoßen werden?



Achtung: Es gibt nicht die eine richtige Strategie. Sie sollte eure Ziele im Customer Support zeigen und sich an eure Kunden und deren Bedürfnissen orientieren.

Zusammenfassung der wichtigsten Punkte

In diesem E-Book haben wir die wesentlichen Aspekte des Kundenservice im Start-up- und Scale-up-Umfeld beleuchtet. Die wichtigsten Punkte lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Herausforderungen im Support: Start-ups und Scale-ups stehen vor speziellen Herausforderungen wie begrenztem Budget, raschem Wachstum und dem Bedarf an flexiblen, anpassungsfähigen Lösungen.
2. Chancen im Customer Support: Ein exzellenter Service kann das Alleinstellungsmerkmal eines Unternehmens sein. Positive Erfahrungen führen zu Empfehlungen und Wiederkäufen, was langfristig den Geschäftserfolg sichert.
3. Der 6-Schritte-Plan: Ein strukturierter Ansatz zur Entwicklung einer effektiven Customer Care-Strategie, einschließlich Verantwortung, Dokumentation, Vision, Strategieentwicklung, smarter Planung und kontinuierlicher Verbesserung.
4. Erfolgsfaktoren: Klare Service-Strategien, Orientierung an den Kunden, effiziente Prozesse und Systeme, ein kompetentes und motiviertes Team sowie der Einsatz moderner Technologien sind entscheidend für den Erfolg.
5. KPIs und Messung: Die kontinuierliche Analyse und Verbesserung der Customer Support-Leistungen durch geeignete KPIs ist unverzichtbar.

Vielen Dank, dass Du Dir die Zeit genommen hast, dieses E-Book zu lesen. Deine Bereitschaft, in den Kundenservice zu investieren und Deine Strategien zu optimieren, zeigt Dein Engagement für den langfristigen Erfolg Deines Unternehmens.

Möchtest Du den nächsten Schritt gehen und Deinen Customer Support auf das nächste Level heben? Bei cosmogony sind wir darauf spezialisiert, maßgeschneiderte Lösungen für Start-ups und Scale-ups zu entwickeln.

Unsere Expert:innen stehen bereit, Dich mit unserer Erfahrung und unseren innovativen Ansätzen zu unterstützen.

Besuche uns auf cosmogony.de und erfahre mehr über unsere Dienstleistungen. Lass uns gemeinsam daran arbeiten, Deinen Customer Support zu revolutionieren und Dein Unternehmen nachhaltig erfolgreich zu machen.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

Cheat Sheet Customer Support

Die top 6 CRMs für Customer Service in 2026 sind:

1. Gorgias
4. EngageBay
2. Zendesk
5. Zoho CRM
3. HubSpot
6. GIST

Top Must-Have Customer Support Skills



Empathie



Emotionale Intelligenz



Emotionale Intelligenz



Sprach-Profi



klare Kommunikation



Geduld



Computer Skills



Wunsch zur Weiterentwicklung



Stress Management



Zeit Management

Kontaktkanalverteilung in europäischen Contact Centern

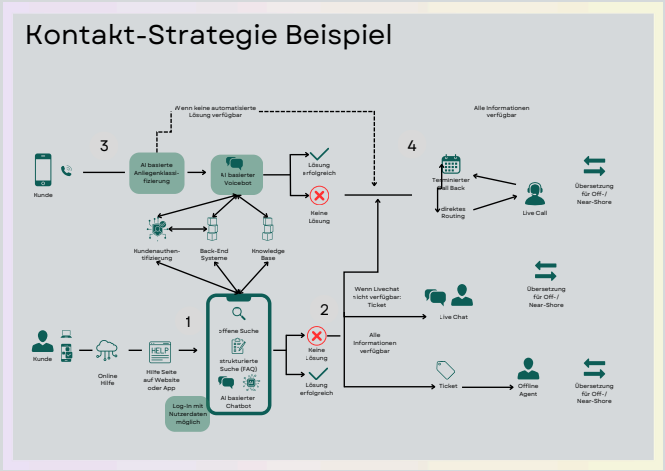
	Phone	E-Mail	Social Media	Chat	Webpage und Self-Services	Andere
2022	52%	13%	12%	7%	7%	9%
2025	47%	9%	14%	8%	8%	14%



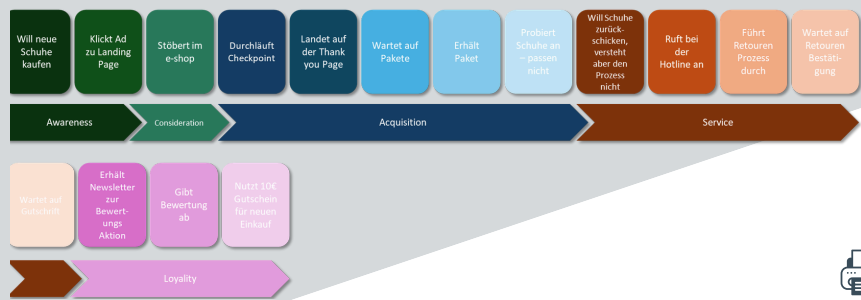
Cheat Sheet Customer Support

Top 10 KPI Customer Service

KPIs	Definition
FCR - First Call Resolution	Erstlösungsrate - der Prozentsatz der Kundenanfragen, die von Kundendienst-Mitarbeitern im ersten Anlauf gelöst werden.
CRR - Customer Retention Rate	Kundenbindungsrate - der Prozentsatz der Kunden, die dem Unternehmen treu bleiben
ARR - Average Resolution Rate	Lösungsrate - der Anteil der Kundenanliegen, die gelöst werden konnten
NPS - Net Promoter Score	Misst die Kundenzufriedenheit und die Wahrscheinlichkeit, dass das Unternehmen von Kunden empfohlen wird
CSR - Customer Satisfaction Rate	Gibt an, wie zufrieden der Kunde mit der Bearbeitung seines Anliegen an einer bestimmten Stelle im Prozess, war.
Abandoned Call Rate	Gibt an, wie oft Kunden den Kontakt mit dem Kundenservice abbrechen, bevor sie eine Antwort erhalten.
Customer Effort Score	Misst den Aufwand den der Kunde betreiben muss, um sein Anliegen zu lösen.
Service Level Agreements	Dienstleister-Güte- Vereinbarung: Es wird festgelegt, in welchem Zeitrahmen immer gleiche Dienstleistungen bearbeitet werden.
Problem Types	Monitoring der aufkommenden Probleme, um schnelle, dauerhafte und effiziente Lösungen für Kunden zu finden
Choose the right Software	All die gemessenen KPIs sind Performance Indikatoren und gehören in smarte Tools, wo sie für alle einsehbar sind.



Beispiel für Customer Journey



REVOLUTIONIERT EUREN CUSTOMER SUPPORT

Warum cosmogony?

- Individuelle Beratung: Maßgeschneiderte Strategien für eure spezifischen Bedürfnisse.
- Innovative Lösungen: Moderne Technologien wie Chatbots und KI-gestützte Systeme.
- Schulung und Entwicklung: Kompetenzaufbau für euer Team.
- Effiziente Prozesse: Schnelle und zuverlässige Bearbeitung der Anfragen von Kunden.
- Kontinuierliche Verbesserung: Regelmäßige Analysen und Optimierungen.

 Kostenlose Erstberatung

[hier klicken](#) 

 Mehr erfahren:

[hier klicken](#) 

Kontakt
cosmogony.de
Humboldtstraße 13, 14193 Berlin
0178 735 2778
info@cosmogony.de
www.cosmogony.de