

# Qualitätsleitlinie

Think Customer, Act Customer, Be Customer

Denke wie ein Kunde, handle wie ein Kunde, fühle wie ein Kunde



„Es ist für uns oberste Priorität, unsere Kunden mit einem maßgeschneiderten, exzellenten und durchgängig außergewöhnlichen Kundenerlebnis zu begeistern.“

Jean Pascal TRICOIRE,  
Chairman & CEO  
März, 2017

## Die Fakten

Das Kundenerlebnis ist genauso wichtig wie Produkte und Preise und wird bald der wichtigste Treiber sein. Die meisten Kaufentscheidungen werden digital getroffen, bevor mit einem Vertriebsmitarbeiter gesprochen wird.

## Unser Ziel

Überall bei Schneider Electric steht der Kunde im Mittelpunkt unserer Entscheidungen. Wir bieten ein individuelles Kundenerlebnis, schnell und konsistent an allen Touchpoints, um unsere Kunden zufriedenzustellen:

*„Ich danke Ihnen dafür, dass Sie eine Kultur geschaffen haben, in der es in jeder Phase jemanden gab, der sich für meine Wünsche verantwortlich fühlte und die richtigen Schritte unternommen hat, um mich zu unterstützen. Ich erlebe nicht oft einen so großartigen Kundenservice. Diese Leute sind echt klasse!“*

**Erfahrungsbericht, der an unseren Chairman & CEO gesendet wurde**

## Unsere Handlungsgrundsätze

- 1. Kundenfokus:** Die Kultur der Kundenerlebnisse ist in der DNA aller Mitarbeiter verankert. Wir platzieren überall kundenorientierte Funktionen, steuern die Kundenerfahrung, folgen kundenfokussierten Ritualen und entscheiden und priorisieren immer aus Kundensicht.
- 2. Qualität unseres Angebotes:** Wir gehen neue Wege und bieten kompromisslose Premiumqualität über den gesamten Lebenszyklus: Von der Angebotserstellung über die Herstellung, Lieferung, Projektbetreuung bis hin zum Service konzentrieren wir uns auf ein digitales, auf den Kunden zugeschnittenes, proaktives und durchgängig positives Kundenerlebnis, um die Wünsche unserer Kunden zu erfüllen.
- 3. Erkenntnisse:** Wir setzen leistungsstarke Analysetools ein, um aus den Daten der Kundenerfahrung umsetzbare Informationen zu gewinnen und Kundenbeschwerden zu vermeiden. Wir fördern diese Erkenntnisse über die Kunden in allen Teams.
- 4. Menschen:** Wir befähigen unsere Teams, ihre Prioritäten selbst zu setzen und Entscheidungen zu treffen, um den Mehrwert für unsere Kunden zu maximieren. Wir achten beim Rekrutieren neuer Talente auf herausragende Fähigkeiten im Umgang mit Kunden und auf hervorragende Teamfähigkeit, um in der Interaktion mit Kunden immer und schnell die beste Lösung zu finden.
- 5. Zufriedenheit auf Bestellung:** Wir analysieren die Kundenerfahrung an allen Touchpoints im Detail, um unsere Investitionen zu priorisieren und unsere Vertriebsstrategie individuell anzupassen. Das Kundenerlebnis wird in unserem Unternehmen als entscheidender Wettbewerbsvorteil angesehen.

Diese Politik wird von einem robusten Qualitätsmanagementsystem unterstützt, das wir mit effizienten Prozessen und Tools gemäß der Norm ISO9001 ständig und gründlich verbessern. Wir verfolgen diese Politik überall bei Schneider Electric und übersetzen die Leitprinzipien in operative Ziele, die in allen Organisationen umgesetzt werden.