



**Marion Müller**

**Customer Care | Jaguar Land Rover**

**„Ich darf seit fünf Jahren für unsere Premiummarke  
Jaguar Land Rover arbeiten.“**

**„Meine Haltung im Kundenservice ist offen,  
lösungsorientiert und immer mit Blick auf den Kunden.“**

# Tier 1 – Erste direkte Anlaufstelle



## **Erste Anlaufstelle**

Das Tier-1-Team dient als erste direkte Kontaktstelle und prägt die Kundenwahrnehmung maßgeblich durch Verlässlichkeit und Struktur.

## **Zwischenmenschliche Kompetenz**

Freundlichkeit, Geduld und echtes Interesse sind zentrale Bestandteile im Umgang mit Kunden für eine positive Erfahrung.

## **Filter- und Steuerungsfunktion**

Tier 1 löst standardisierte Anfragen direkt und leitet komplexe Fälle an Experten weiter, um optimale Betreuung zu gewährleisten.

## **Kundenzufriedenheit und Effizienz**

Durch klare Dokumentation und schnelle Reaktionsfähigkeit schafft Tier 1 Klarheit und reduziert Wartezeiten für Kunden.



# Team Tier2

Jenny Mosler



- seit 09'2024 Teil des T2-Teams

- Ziel: Kunden sollen sich sicher und verstanden fühlen

Joshua Dienst



- seit 9 Monaten Teil des T2-Teams

- Ziel: Kunden sollen unsere Betreuung positiv in Erinnerung behalten

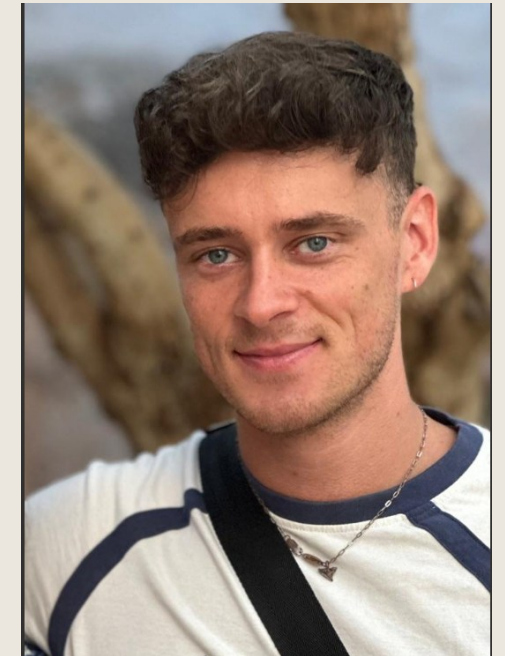
Silvia Cuenca



- seit 02'2023 Teil des T2-Teams

- Ziel: Unsere Kunden durch klare Kommunikation unterstützen und den Austausch mit den Händlern erleichtern

Paul Heine



- seit 4 Jahren Teil des T2-Teams

- Ziel: schnelle und zufriedenstellende Lösungen, auch in komplexen Fällen



# Aufgaben und Zusammenarbeit in Tier 2



## **Komplexe Kundenfälle bearbeiten**

Tier 2 übernimmt die Bearbeitung komplexer und eskalierter Kundenfälle mit hohem Koordinationsaufwand und rechtlichem Verständnis.

## **Enge Zusammenarbeit mit NSC**

Die enge Kooperation mit dem NSC bei CEO-Schreiben und Management-Eskalationen gewährleistet zielgerichtete Problemlösungen.

## **Kulanz und Datenschutz**

Tier 2 verantwortet Kulanzfälle und Datenschutzanfragen und unterstützt Vertragspartner bei technischen Fragestellungen.

## **Verlässlichkeit und Kundenfokus**

Tier 2 sorgt für faire, rechtssichere Lösungen und eine nachvollziehbare Kundenkommunikation durch enge Abstimmung mit Tier 1.



# Unser Volumen und unsere Kontaktkanäle

## Vielfalt der Kontaktkanäle

Kunden nutzen verschiedene Kanäle wie Telefon, E-Mail und Briefe für ihre Anliegen mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Erwartungen.

## Verantwortung und Qualität

Jeder Kundenkontakt wird mit hoher Verantwortung und gleichbleibender Qualität behandelt, unabhängig vom Kanal.

## Kundenzufriedenheitsmessung

Feedbacksysteme wie Medallia helfen, Servicequalität zu messen, Trends zu erkennen und kontinuierlich zu verbessern.



CRC Telephony - Tier 1 - Calls by Service and Options

	Customer Service	Retailer Service	RR L460	Special Vehicle	Total general
Calls Offered	8757	450	338	2	9547
Calls Answered	8670	450	330	1	9451
Call Take Rate	99.01%	100.00%	97.63%	50.00%	98.99%
% SL	98.32%	99.56%	96.45%	50.00%	98.30%
% Aband >5 sec	0.43%		2.37%		0.48%
ASA	6.05	4.54	9.60	6.00	6.10
AHT Inbound	264.76	199.62	256.99	147.00	261.37
Calls Answered in Service Level	8610	448	326	1	9385
Calls in Service Level by Calls Answered	99.31%	99.56%	98.79%	100.00%	99.30%

		2025
<b>Email Received T1 &amp; T2</b>	<b>25104</b>	
Email Received on Tier 1	25104	
Avg. Emails a Day Tier 1	84.24	
Email Received on Tier 2		
Avg. Emails a Day Tier 2		
<b>Cases Created</b>		<b>4261</b>
Cases Created by CRC Tier 1		3300
% Cases Created by CRC Tier 1		77.66%
Cases Created by CRC Tier 2		808
% Cases Created by CRC Tier 2		18.96%
Cases Created by Others		144
% Cases Created by CRC Others		3.38%

LAST YEAR

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
Sample Size	43	15	43	36	33	38	47	46	2	0	0	0	323
<b>Key Metrics</b>													
CRC Enquiries Overall Agent Satisfaction (Y/N)	80.0	66.7	0.0	62.5	16.7	55.6	50.0	54.5	—	—	—	—	50.9
CRC Cases Overall Agent Satisfaction	8.4	9.1	9.5	9.6	8.8	9.8	9.2	9.1	10.0	—	—	—	9.2



# Enge Zusammenarbeit CRC & CEM

## **Enge Zusammenarbeit**

Die enge Kooperation mit Ihnen als Vertragspartnern ist entscheidend für unseren gemeinsamen Erfolg und stärkt das Vertrauen.

## **Gemeinsame Verantwortung**

Wir übernehmen gemeinsam Verantwortung für das Kundenerlebnis und vermeiden isolierte Arbeitsweisen.

## **Markenstärkung**

Durch abgestimmte Zusammenarbeit entsteht ein einheitliches Bild, das die Marke nachhaltig stärkt.

# Rahmenbedingungen und gemeinsamer Ausblick

## **Genehmigung außergewöhnlicher Leistungen**

Kulanzbeiträge über 1.100 Euro oder besondere Leistungen benötigen eine Autorisierung durch NSC oder CRC unter außergewöhnlichen Umständen.

## **Gemeinsame Sondergenehmigung**

In besonderen Fällen wird gemeinsam geprüft, ob eine Sondergenehmigung möglich ist, um Kundenbedürfnisse optimal zu erfüllen.

## **Kundenorientierte Zusammenarbeit**

Der Fokus liegt auf dem Kunden und der langfristigen Beziehung durch offene Kommunikation und geteilte Verantwortung.

## **Werte von Premium-Service**

Vertrauen, Nähe und echte Customer Love entstehen durch menschliche Sichtweise und verantwortungsvolles Handeln.



# CE-Kulanz – Wertschätzung zeigen

## Kundenerwartungen und Herausforderungen

Manchmal entsprechen Serviceerfahrungen nicht dem Premiumanspruch, z. B. durch lange Reparaturzeiten oder Lieferverzögerungen.

## CE-Kulanz als Wertschätzung

CE-Kulanz wird als bewusste Geste der Wertschätzung eingesetzt, nicht als Verpflichtung, um Kundenbindung zu stärken.

## Vielfalt der Kulanzmaßnahmen

Kulanz kann Kostenübernahme, Gutscheine, Events, Fahrtrainings oder persönliche Aufmerksamkeiten umfassen.

## Individualität der Entscheidungen

Jeder Kunde und jede Situation sind einzigartig, was sich in individuell angepassten Kulanzentscheidungen zeigt.

