

[ TIVIAN ]

# WIE RANDSTAD DURCH TIVIAN NEUE WEGE BESCHREITET



## CASE STUDY RANDSTAD

Die Abteilung Market Intelligence von Randstad weiß, was Kunden und Mitarbeitende wünschen – dank EFS Survey von Tivian.

# Von der Kundenzufriedenheitsbefragung zum internen Spezialisten für Befragungen

Die Abteilung Market Intelligence von Randstad weiß, was Kunden und Mitarbeitende wünschen – dank EFS Survey von TIVIAN. „Human forward“, so lautet das Motto von Randstad Deutschland. Der Claim bringt auf den Punkt, mit welchem Anspruch der führende deutsche Personaldienstleister arbeitet: Das Versprechen, gemeinsam weiterzukommen. Ein Schlüssel dazu: EFS Survey von TIVIAN.



## Zielsetzung

### Anfangs

- Kundenzufriedenheit dauerhaft und vergleichbar messen und als KPI im Unternehmen installieren

### In der weiteren Entwicklung

- zentrale Durchführung interner und externer Befragungen
- Touchpoint-Befragungen im Rahmen von Customer Experience
- Dashboarding

## Situation

### Wie messen wir kontinuierlich Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit und leiten daraus Maßnahmen ab?

„Wir leben in einer Welt, in der Kennzahlen immer wichtiger werden“, so Ulf Fröhlich, Leiter der Abteilung Market Intelligence bei Randstad. Hat man sich früher noch auf die Meinung von Kollegen verlassen, so hat sich die Messung von Kennzahlen als fester Bestandteil der Unternehmensstrategie längst als Standard durchgesetzt.

Personalvermittler Randstad hat im Jahre 2007 mit der Messung der Kundenzufriedenheit begonnen. Ziel war es zunächst, diese über die Jahre vergleichbar zu messen und als KPI im Unternehmen zu verankern. Da eine Telefonbefragung sehr hohe Kosten verursacht hätte, machte sich Randstad auf die Suche nach einem passenden Anbieter für Onlinebefragungen.

„Uns war bei der Dienstleistersuche neben dem technischen Support vor allem auch die inhaltliche Beratung sehr wichtig“, so Fröhlich. „Neben der technischen Funktionalität haben uns schließlich der hervorragende Service sowie die hohe Datensicherheit und BSI-Zertifizierung von Tivian überzeugt.“



## Lösung

- EFS ist eine Software mit hohem Nutzwert
- Steigender Bedarf an professioneller Unterstützung bei Befragungen
- Abteilung Market Intelligence als interner Dienstleister
- Ermittlung der kompletten Zufriedenheit mit EFS

## Lösung

### EFS Survey: Ein starkes Tool, von dem viele Abteilungen profitieren

Von 2007 bis 2018 befragte Randstad mithilfe von EFS einmal im Jahr rund 7.000 Kunden mit einer Rücklaufquote von durchschnittlich 10%. „Da wir mit EFS ein starkes Tool in der Hand hatten, haben wir es dann vermehrt auch in unseren eigenen Abteilungen eingesetzt“, berichtet Fröhlich. Denn durch den hohen Nutzwert der Software wuchs im Unternehmen der Bedarf an professioneller Unterstützung bei Befragungen kontinuierlich. „Ich habe mich im Unternehmen umgehört und festgestellt, dass das Interesse an Befragungen in den verschiedenen Abteilungen groß ist“, so Fröhlich. „Wir haben uns dann mit der Abteilung Market Intelligence als interner Dienstleister für Befragungen positioniert, denn uns stand eine leistungsfähige Software Plattform zur Verfügung.“ Dank der immensen Funktionsvielfalt wurde EFS den unterschiedlichen Anforderungen und Aufgaben der einzelnen Abteilungen spielend gerecht: Vom Aufsetzen der Fragebögen oder der Auswahl der Zielgruppe bis hin zur Auswertung und Aufbereitung der Befragungsergebnisse.

EFS Survey wird zusätzlich für zahlreiche interne Befragungen genutzt. Vor allem die Trainings-Abteilung von Randstad nutzt das Tool sehr intensiv: Wurden die Trainings zuvor noch mit Handzetteln und Excel-Tabellen evaluiert, so wird mittlerweile die komplette Zufriedenheit mittels EFS ermittelt und über ein Dashboard abgebildet. So kann die Abteilung jederzeit sehen, ob ein Training gut war oder nicht. „Die standardisierte Messung der internen Trainingszufriedenheit ist eine richtige Erfolgsgeschichte geworden“, hebt Fröhlich hervor. Denn zuvor gab es kein verlässliches Messinstrument oder die Abteilung musste sich auf die Meinung des Trainers verlassen. Jetzt wissen die Mitarbeitende schon am nächsten Tag im Büro, wie ein Training gelaufen ist. Gerade wenn externe Trainer eingekauft werden, ist dieses Wissen finanziell extrem wertvoll.

Die jährliche Befragung zur Kundenzufriedenheit reichte Randstad nicht mehr und sollte zu kontinuierlichen, Kunden und Mitarbeitende begleitende Touchpoint Befragungen ausgebaut werden. Mit der Definition von Life Cycles und detaillierten Touchpoints wurde ein Rahmen geschaffen. Dieser bildete die Grundlage für die Fragebögen einer Treiberanalyse, um die zehn aussagekräftigsten Faktoren zu bestimmen. Derzeit laufen in Pilotgebieten Touchpoint-Befragungen mit Kunden und Mitarbeitenden, die den gesamten Life Cycle beider Gruppe beleuchten. Durch die Verbindung von EFS zu Randstads App-Technologie wurde hier auch technisch ein großer Schritt gemacht. So hat Randstad mit der Software von Tivian ein verlässliches Steuerungsinstrument, das aufzeigt, in welchen Bereichen noch Handlungs- und Veränderungsbedarf besteht.



#### Angestrebte Ergebnisse

Erhöhung der Zufriedenheitswerte in mehreren Touchpoints des Life Cycles, Erhöhung des Zufriedenheitswerts und NPS insgesamt



#### Erfolgsgeschichte

- Messung der Kundenzufriedenheit, Befragung von 7.000 Kunden einmal pro Jahr, Rücklaufquote: 10%
- Unterstützung der Fachabteilungen bei der Durchführung von Befragungen, z. B. bei der Evaluation von Trainings oder von Veranstaltungen
- Rund 5.000 bundesweite Kurzbefragungen seit 2018.

## Ergebnis

### Die Abteilung Market Intelligence - eine Erfolgsgeschichte

EFS Survey hat der Abteilung Market Intelligence ganz neue Positionierungsmöglichkeiten eröffnet. Dank der technischen Möglichkeiten der Plattform konnte sie ihr Service-Portfolio um Leistungen erweitern, die zuvor gar nicht möglich gewesen wären. „Wir werden intern als Dienstleister wahrgenommen und das ist sehr gut“, so Fröhlich. „Die Prozesse haben sich über die Jahre sehr gut eingeschliﬀen und wir können jederzeit verschiedenste Befragungen kostengünstig und ressourcenschonend durchführen. Mittlerweile wissen wir ziemlich genau, welche Interessen gerade bezüglich Befragungen bestehen.“

„Das Schöne an dem Tool ist, dass es uns auf sehr effiziente Weise eine noch stärkere Kundenorientierung ermöglicht und für Transparenz in der Unternehmenssteuerung sorgt“, betont Fröhlich. „Außerdem trägt es zur Entlastung der einzelnen Abteilungen bei, die sich nur noch mit den Ergebnissen und nicht mehr mit der Ergebnisbeschaffung befassen müssen. Das spart Zeit und damit natürlich auch Kosten.“

### Zukunftsvisionen

Trotz der vielfältigen Nutzung wird das Potenzial von EFS durch Randstad bei weitem noch nicht ausgeschöpft und bietet für die Zukunft noch viel Raum für Entwicklung und Innovation. So würden standardisierte Befragungen in den verschiedenen Randstad Ländern beispielsweise einen länderübergreifenden Vergleich der Daten erlauben. Wichtig ist jedoch, dass auf die Erkenntnisse auch Taten folgen: „Wir müssen Customer Delight als strategisches Führungsinstrument einsetzen.“

Wir wissen durch diesen Ansatz genau, was unsere Kunden und Mitarbeitende denken. Daraus müssen wir in Zukunft verstärkt Maßnahmen ableiten, die Veränderungen einleiten“, bilanziert Fröhlich. Der Prozess ist also noch nicht am Ende angelangt - und das ist gut so, denn steter Wandel ist genau das, was Zukunftsfähigkeit ausmacht.

### Feedback als Wettbewerbsvorteil

„Dank der technischen Möglichkeiten von EFS, wollen wir uns mit unserer Abteilung in Zukunft noch stärker zum internen Berater entwickeln“, so Fröhlich.

**ULF FRÖHLICH,**  
Leiter der Abteilung  
Market Intelligence Randstad  
Deutschland

**” Das Schöne an dem Tool ist, dass es uns auf sehr effiziente Weise eine noch stärkere Kundenorientierung ermöglicht und für Transparenz in der Unternehmenssteuerung sorgt. Außerdem trägt es zur Entlastung der einzelnen Abteilungen bei, die sich nur noch mit den Ergebnissen und nicht mehr mit der Ergebnisbeschaffung befassen müssen. Das spart Zeit und natürlich auch Kosten.”**



#### Über Randstad Deutschland

Randstad Deutschland gehört zur 1960 in Amsterdam gegründeten und dort börsennotierten Randstad Holding nv. Seit 1968 ist Randstad in Deutschland aktiv. Das umfangreiche Leistungsportfolio reicht von der klassischen Zeitarbeit, über die direkte Personalvermittlung bis hin zu spezialisierten Personallösungen, wie beispielsweise Inhouse Services.



INTELLIGENT EXPERIENCE MANAGEMENT

# ÜBER TIVIAN

## Marktführer für Intelligent Experience Management

Mithilfe fortschrittlichster Analyse-Tools und modernster KI-Technologie unterstützt Tivian Unternehmen dabei, Experience-Daten zu erfassen und zu verarbeiten – für effizientere Geschäftsentscheidungen und zur Identifikation entscheidender ökonomischer Erkenntnisse, ausgerichtet auf den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Tivian ist die Software-Plattform für Intelligent Experience Management und fördert nicht nur die Leistungsfähigkeit von Unternehmen, sondern ermöglicht ein effizienteres Management auf Basis von wichtigen betrieblichen Erkenntnissen. Mit über 20 Jahren Erfahrung im Bereich Enterprise Feedback Management verhilft Tivian mehr als 400 Kunden in 35 Ländern dazu ihre Unternehmensziele zu erreichen.

35

Länder

20

20 Jahre Erfahrung  
mit einer Plattform

6

globale  
Standorte

1/3

1/3 der FTSE Unter-  
nehmen arbeiten mit  
uns zusammen

>2B

mehr als 2 Milliarden  
gesammelte Daten

**DER SPIEGEL**

**KYOCERA**

**LVM**  
VERSICHERUNG

 **Lufthansa**

 **ROLAND**  
Sicher im Recht.

### Berlin

Zieher Business Center  
Kurfürstendamm 30  
10719 Berlin

+49 221 27169 0

### Köln

Gustav-Heinemann-Ufer  
72a, 50968 Köln  
Germany

+49 221 27169 0

### London

77 Leadenhall Street,  
London EC3A 3DE  
United Kingdom

+44 207 403 3900

### Oslo

Bogstadveien 54  
0366 Oslo  
Norway

+47 21 02 70 70

### New York

295 Madison Avenue  
New York, NY 10017  
United States

+1-800-974-8784