

# Der

Kundenbesuch, bei dem der

# Kunde besucht

## *Eine User Conference unter die Lupe genommen*

So manch ein Terminkalender treibt seinem Besitzer hin und wieder den kalten Schweiß auf die Stirn. Eine Messe jagt die nächste, Kongresse hier, Konferenzen da – ein Leben aus dem Koffer und kosten tut es auch jedes Mal mehr als ein paar Euro. In gefühlten 95% aller Veranstaltungen geht es darum, Präsenz zu zeigen, mitzureden, im Gespräch zu bleiben. Der Preis? Stundenlange Vorträge, ewige Meetings, schlechter Kaffee, viel zu viele Zigaretten. Und natürlich die Fahrtkosten, Hotels .... Nicht zu vergessen: Eintrittspreise in drei-, oft vierstelligen Höhen. Was aber kriegt man dafür wirklich geboten? Gibt es Veranstaltungen, die mehr sind, als lästige Pflicht, ja sogar Spaß machen? Arbeit mit Erholungsfaktor? Nein, nein, wir wollen mal die Kirche im Dorf lassen. Dennoch: Irgendwas muss es ja bringen. SQUAT hat sich zu diesem Thema mit Gabriele Kirst, der Projektmanagerin der alljährlichen „Voxtron User Conference“ unterhalten und genau nachgehakt, ob und warum so eine Veranstaltung rockt oder nur zockt.

### **SQUAT: Für wen genau veranstalten Sie Ihre User Conference?**

G. Kirst: Wie der Name schon sagt, veranstalten wir die „Voxtron User Conference“ für die User selbst, also die Anwender bei unseren Kunden. Wir wollten ihnen schon mit der Geburt der Veranstaltung eine Plattform bieten, bei der der Kontakt untereinander, aber auch mit uns, im Vordergrund steht. Vor allem ist uns wichtig, dass sie neues Wissen und Inspiration für sich und das Unternehmen mitnehmen.

### **SQUAT: Was erwartet einen vor Ort? Viele graue Anzüge, lange Vorträge, Smalltalk in den Pausen?**

G. Kirst: Sicher finden Sie vor Ort auch graue Anzüge – aber auch Turnschuhe und hier und da Smalltalk. Am stärksten zeichnen unsere Veranstaltung jedoch zwei Punkte aus: Zum einen erlangen unsere Gäste neues Wissen rund um gerade aktuelle Themen im ContactCenter Bereich (z. B. Outboundgesetzgebung, kostenlose Warteschleife, Best Practices beim Mitschnitt usw.) und über ►►

## ” TREFFEN UNTER FREUNDEN “

unsere Software. Zum anderen sind es die Gespräche zwischen den Teilnehmern selbst und der Austausch mit Voxtron-Mitarbeitern, die anders sind als auf den üblichen Powerpoint-Frontal-Beschallungs-Veranstaltungen.

Unsere Veranstaltung gleicht somit eher einem Treffen unter Freunden, da wir viele wiederkehrende Besucher haben, die sich inzwischen sehr gut kennen. Dieses Verhältnis herrscht nicht nur unter den Gästen, sondern auch zwischen den Kunden und den Voxtronauten (Anm. der Redaktion: So heißen die Mitarbeiter von Voxtron bei einigen Kunden). Neue Gesichter werden schnell integriert, allerspätestens bei unserer Abendveranstaltung. Hier gibt es wirklich sehr geringe Berührungspunkte.

**SQUT: Auf Ihrer letzten User Conference stellten Sie die große Frage „Was sind Ihre Kunden schuldig?“ – Wie beantworten Sie selbst diese Frage?**

G. Kirst: Diese Frage ist ein Grund für die Veranstaltung, denn hier erhalten wir direktes Feedback und ehrliche, ungefilterte Antworten auf unsere Fragen. Schließlich möchten wir auch aus der Perspektive der Kunden wissen, in welchen Punkten wir uns verbessern und welche Herausforderung wir anpacken sollen.

**SQUT: Was nehmen die Gäste aus dieser Veranstaltung mit ins eigene Unternehmen? Immerhin kostete ein Ticket in diesem Jahr 499 Euro zzgl. Hotel- und weitere Reisekosten.**

G. Kirst: Neues Wissen, Inspiration, Innovation, Erfahrung der anderen Anwender, einen offenen Austausch zwischen den Kunden untereinander und mit den

Voxtron-Mitarbeitern. Ich weiß, ich wiederhole mich, doch die Teilnehmer nehmen genau diese Punkte nach unserer Veranstaltung mit zurück in ihr Unternehmen. Sie erfahren mehr über die Möglichkeiten der Software, die sie schon im Einsatz haben, oder über kommende Versionen. Apropos kommende Versionen: Unsere Kunden haben einen aktiven Einfluss darauf, welche Features in Zukunft ins Produkt fließen.

Natürlich lassen wir unsere Teilnehmer auch am Abend nicht allein. Wir überraschen unsere Gäste nach einem anstrengenden Seminartag jedes Jahr mit einer anderen Abendveranstaltung. Hier sollen sie sich entspannen und die Stadt kennenlernen, in der wir uns befinden.

**SQUT: Und was bringen sie Ihnen mit?**

G. Kirst: Es stimmt, unsere Gäste bringen uns auch etwas mit. Wir werden durch die offene Kommunikation mit ihnen, die ihre Bedürfnisse und Wünsche offenlegt, inspiriert. Einige dieser auf der Veranstaltung entstandenen Ideen sind so schon in den vergangenen Jahren in die Entwicklung unserer Software und auch in andere Bereiche eingeflossen. Alles mal wieder aus einer anderen Perspektive zu sehen, erweitert unsere Sichtweise!

**SQUT: Hand aufs Herz: Bei soviel Input, Networking, Feedback – müßten Sie Ihre Gäste nicht eigentlich fürs Kommen noch bezahlen?**

G. Kirst: Einigen wir uns doch auf „Jein“. Die Voxtron User Conference ist für uns keine finanziell gewinnbringende Veranstaltung und auch nicht als solche angelegt. Es handelt sich um eine kommunikative Veranstaltung. Unsere Kunden erhalten jede Menge Input durch Vorträge, Anwenderberichte und Networking. Vieles lässt sich durch Details, die in unserer Software stecken, im

Unternehmen gewinnbringend verwirklichen. Hier schließt sich der Kreis, denn welche Details enthalten sein sollten, erfahren wir durch das Feedback unserer Kunden. So profitieren beide Seiten und ich kann nun Ihre Frage eigentlich nach nochmaligen Nachdenken doch eher mit „Nein“ beantworten.

**SQUT: Läuft man nicht Gefahr, dass auch negative Usererfahrungen auf so einer Veranstaltung erst richtig die Runde machen? Wie gehen sie mit so einer Situation um?**

G. Kirst: Ja, natürlich läuft ein Unternehmen Gefahr, dass negative Usererfahrungen erst richtig die Runde machen. Doch wir suchen ja gerade diesen offenen Umgang mit dem Kunden. Nur so können wir helfen, dazulernen und eine Lösung finden. Für die anderen Kunden bietet genau dieser Vorgang eine neue Anregung, die sie mit ins eigene Unternehmen nehmen können.

**SQUT: Haben Sie selber schon als Kunde an anderen User Conferences teilgenommen und wenn ja, mit welchen Erfahrungen?**

G. Kirst: Natürlich gehen Voxtronauten auch regelmäßig auf Veranstaltungen von Partnern, anderen Herstellern, Carriern usw. Hierbei holen wir uns selbst Feedback ab, was dort gut und schlecht läuft, um unsere eigene Veranstaltung immer besser werden zu lassen. Mit einer Benotung von 1,3 für die Gesamtveranstaltung unserer eigenen User Conference und 93% der Teilnehmer, die sich für die Veranstaltung im Folgejahr anmelden wollen, sind wir im Vergleich eh „gut unterwegs“.

**SQUT: Wie kann man sich optimal vorbereiten, um maximalen Nutzen aus der Veranstaltung zu ziehen?**

G. Kirst: Als gute Vorbereitung hat sich in der Vergangenheit gezeigt, dass die Teilnehmer vor der Veranstaltung das Feedback ihrer eigenen Mitarbeiter, z. B. der aktiven User des Voxtron-Systems, einholen. Dieses können sie dann mit anderen Voxtron-Kunden austauschen und auch gezielte Fragen an die Mitarbeiter Voxtrons, die vor Ort sind, stellen. Darüber hinaus bieten wir Teilnehmern an, „live“ über das eigene System zu berichten und dabei die guten und auch weniger guten Funktionen, Erlebnisse, Featurewünsche usw. anzusprechen. Dies ist für Voxtron eine ganz wichtige Quelle bei der Produktweiterentwicklung, aber auch bei der Optimierung unserer Dienstleistungen.

**SQUT: Kleiner Ausblick auf die Voxtron User Conference 2014 – Warum lohnt es sich hinzugehen?**

G. Kirst: Nun ja, mit der Kulturhauptstadt Europas 2010, nämlich Essen, haben wir einen tollen Standort gefunden, an dem wir uns nach und nach durch die Essener Geschichte bewegen. Mit einer neuen Form der Vernetzung der Teilnehmer, einem frühmorgendlichen Ausflug, externen Referenten aus der Branche und aus der Wissenschaft sowie den Anwenderberichten anderer Kunden bleiben wir unserem Konzept treu, bieten aber auch neue Highlights. Die Abendveranstaltung an einem spektakulären Ort rundet die Veranstaltung ab und sorgt für einen Rahmen des offenen Austauschs der Teilnehmer. Unser Tipp: Teilnehmen – auch für Interessenten, die noch kein Voxtron-System benutzen! ■



**Gabriele Kirst**

Marketing

E-Mail: [Gabriele.Kirst@voxtron.de](mailto:Gabriele.Kirst@voxtron.de)

[www.voxtron.de](http://www.voxtron.de)