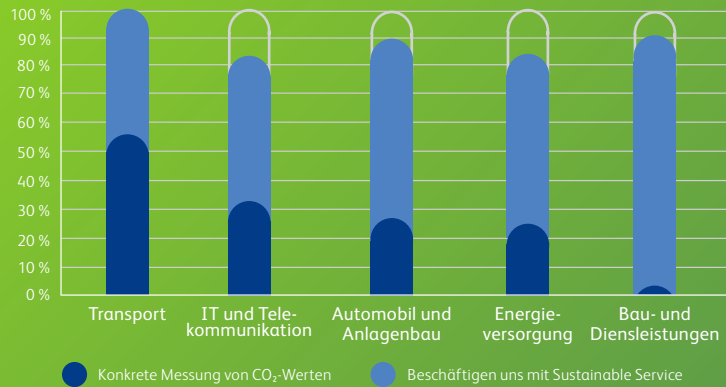


Nachhaltigkeit im Kundenservice und After Sales

Vergeudetetes Potenzial – Nachhaltigkeit bleibt auf der Strecke

Tatsächliche Umsetzung des Themas „Sustainable Service“



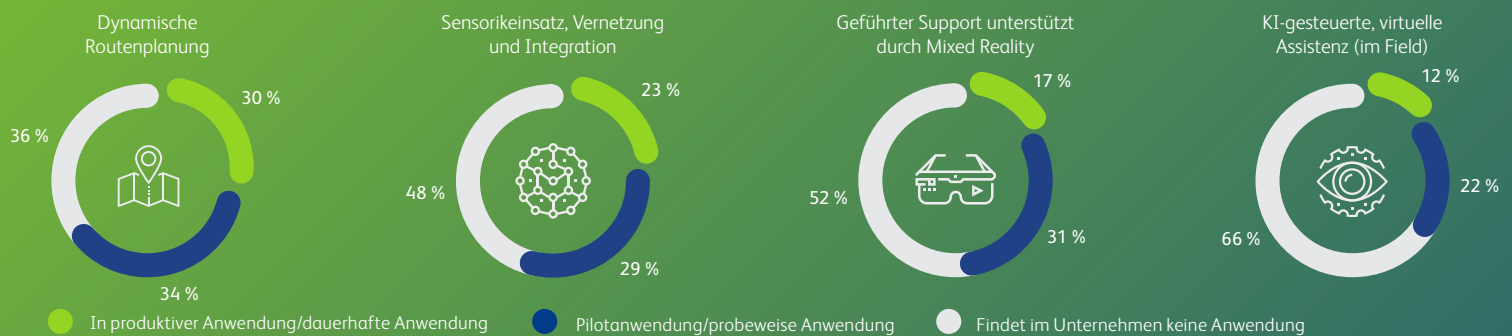
Die soziale Dimension der Nachhaltigkeit – ein unterschätzter Aspekt für Mitarbeitende und Unternehmen

Erwartete Benefits von Nachhaltigkeitsmaßnahmen

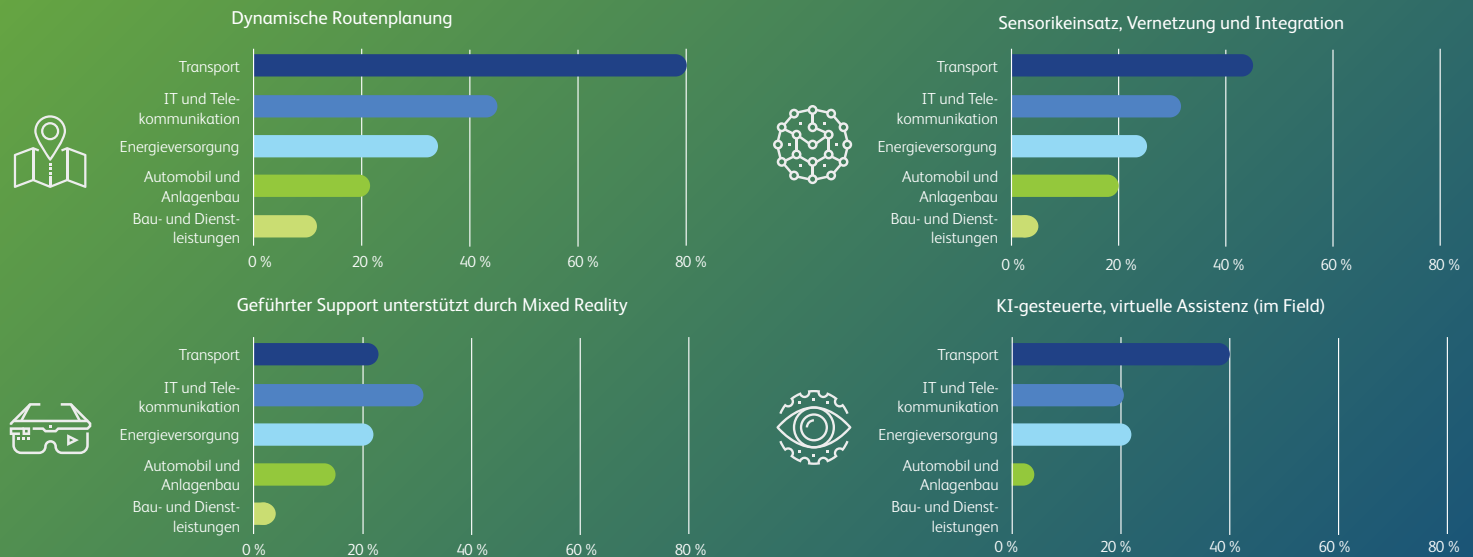


Hemmnis für den Fortschritt: Innovationsängste bremsen nachhaltige Technologien aus

Fortschritt bei der Umsetzung von Technologien im Kundenservice und After Sales Service



Branchenspezifischer Implementierungsgrad von Technologien im Kundenservice und After Sales Service



Verschiedene Perspektiven, gemeinsame Lösungen: Die Notwendigkeit einer besseren Kommunikation zwischen Management und Mitarbeitenden

Einschätzung von Mitarbeitenden und Management

