

Service aus Kundensicht

Nur bei der Hälfte der deutschen Contact Center sind alle Dienstleistungen genau definiert und beschrieben. Und obwohl über 70 Prozent der Contact Center-Verantwortlichen die Einhaltung der Performance-Ziele für erfolgsentscheidend halten, sind diese in fast der Hälfte der Organisationen gar nicht klar definiert. Diese Ergebnisse hat eine Studie der Unternehmensvereinigung Cc-Benchmarks zum Thema Performancemanagement in Kooperation mit dem deutschen Call Center-Forum, der europäischen Branchenvereinigung Ecco sowie AOL und O2 zu Tage gefördert. Dazu sind im Frühjahr 238 Fragebögen verteilt worden, von denen 53 durch Contact Center aus einem breiten Branchenspektrum und mit ganz unterschiedlichen Umsatzzahlen beantwortet worden sind.

„Es war meine Hoffnung, eine möglichst heterogene Struktur der teilnehmenden Unternehmen zu erreichen“, berichtet Daniel Schmidt, Vorstand für Mitgliederbetreuung bei Cc-Benchmarks und Leiter Qualitätsmanagement im Customer Service von O2. Die Studie solle als Bestandsaufnahme für weitere Projekte des Arbeitskreises Performancemanagement dienen. Schmidt analysiert die Ergebnisse: „Generell lässt sich sagen, dass die angewandten Verfahren des Performance Management unterentwickelt

sind. Auffällig ist, dass die Firstlevel Solution Rate nur von zwei Drittel der Studienteilnehmer erfasst wird.“ Dabei handele es sich um eine elementare Quote aus Kundensicht. „Weniger bedeutsam ist im Vergleich hierzu der Servicelevel, aber das ist eben ein Wert, der aus der Maschine kommt.“ Angesichts einer Vielzahl technischer Kennzahlen sehe die Call Center-Leitung oft den Wald vor lauter Bäumen nicht. Hinzu komme, dass Customer Care in vielen Unternehmen nur als ein Kostenblock angesehen werde. Schmidt: „In Amerika beispielsweise ist man da weiter. Dort wird die Customer Experience weiter entwickelt, um Kunden an sich zu binden. Customer Care wird entsprechend als integraler Bestandteil der Wertschöpfungskette angesehen. So wird Customer Service zum Profit Center.“ Wenn sich in diesem Sinne Unternehmenserfolge messen und mit Zahlen belegen ließen, wäre ein grundlegendes Ziel von Cc-Benchmarks erreicht. „Die Kundenschnittstelle wird vielerorts noch unterschätzt“, unterstreicht Schmidt. „Nicht im Call Center-Management, aber in der Geschäftsleitung.“ Wenn wir mit den harten Zahlen einer kundenorientierten Performance-Messung argumentieren können, wird der Beitrag von Contact Centern für den Unternehmenserfolg an Bedeutung gewinnen.“ www.ccbenchmarks.org

Europas Call Center-Treff

Zum achten Mal kam in Paris die europäische Call Center-Industrie zusammen, um sich in Vorträgen, Diskussionsforen und auf der begleitenden Messe auszutauschen. Insgesamt verzeichnete die diesjährige Secca (Le Salon Européen des Centres de Contacts et de la Relation Client) rund 9.000 Besucher und 180 Aussteller. In Zu-



FOTO: CCF

Für die Örag nehmen Marc Ueckermeier (links) und Markus Hansen den Ecco-Award in Paris entgegen.

sammenarbeit mit der französischen Branchenvereinigung Afrc (Association Française des Centres de Relation Clientèle) organisierte der europäische Dachverband Ecco (European Confederation of Contact Centre Organisations) wieder zwei Workshop-Reihen. Zu den Themen Personalentwicklungs- und Qualitätsprogramme sowie Benchmarking und rechtliche Entwicklungen fanden sich jeweils rund 80 Teilnehmer aus neun Europastaaten ein. Ein Höhepunkt der europaweit größten Call Center-Kongressmesse war die Verleihung des Preises Les Casques d'Or (Das goldene Headset). Der Award des Ecco wurde in fünf Kategorien verliehen. Mit dem Versicherungsanbieter Örag wurde auch der Kundenservice eines deutschen Unternehmens prämiert.

MANFRED STOCKMANN, CCF

COMPANY-TICKER

Defacto gründet türkisches Jointventure

Der Call Center-Dienstleister Defacto aus Erlangen hat zusammen mit dem türkischen Unternehmen Iks ein Jointventure gegründet. Die dafür neu gegründete Gesellschaft firmiert als Defacto & Iks Sanayi ve Ticaret Limited Sirketi (D&I). Geschäftsführer ist Gerald Schreiber, der weiter als Geschäftsführer von Defacto Call Center fungiert. D&I wird seine Dienste sowohl in der Türkei als auch in Deutschland anbieten.

www.defacto-callcenter.de

Sr Teleperformance kauft zu

Sr Teleperformance USA, ein Tochterunternehmen des französischen Call Center-Unternehmens Sr Teleperformance, hat 85 Prozent des Dienstleisters Calltech Communications mit Sitz in Chicago erworben. In Großbritannien hat Sr Teleperformance 92,5 Prozent der Anteile an der Mm-Group gekauft. Im Februar erst hatte Sr Teleperformance den deutschen Dienstleister Allbyphone + Net übernommen.

www.srteleperformance.com

Microsoft CRM in Office 2003

Microsoft kündigt ein zusätzliches Feature Pack für Microsoft CRM an. Insbesondere wird die Integration mit Office 2003 optimiert. Die Office 2003-Integration wird ab August in Englisch und im vierten Quartal in Deutsch verfügbar sein. Außerdem enthält das Feature Pack das neue CRM Redeployment Tool für Systemadministratoren. Eine bestehende Installation lässt sich damit in wenigen Schritten duplizieren. www.microsoft.de

D+S firmiert um

Der Hamburger Call Center-Dienstleister D+S Online wird sich in D+S Europe umbenennen. Das haben die Aktionäre auf der Hauptversammlung beschlossen. Für die Zukunft sind Akquisitionen geplant, so etwa die Übernahme eines Telemarketing-Unternehmens mit Sitz in Nordrhein-Westfalen. Nach Angaben von D+S handelt es sich dabei um ein Unternehmen mit 110 Mitarbeitern, das auf den Vertrieb im Bereich Telekommunikation spezialisiert ist.

www.ds-online-ag.de