



An Standards orientieren und dann erst optimieren

Call Center-Benchmark

Zum Jahresbeginn hat sich ein Netzwerk von Contact Center-Betreibern mit dem Ziel formiert, ein einheitliches System für die Leistungsmessung an Kundenschnittstellen einzuführen.

Nach einem Quartal der Vorbereitung beginnt nun die operative Arbeit.

Aus der Idee, ein neues, umfassendes Kenngrößensystem auf der Basis einer spezifischen Balanced-Score-Card zu entwickeln, entstand im Rahmen des zweijährigen BMBF-Forschungsprojektes „Frequenz – Personalmanagement im Call Center“ ein weltweit exklusives Benchmark-System für Kundenschnittstellen. Es liefert präzise und aussagefähige Kenngrößen für die gesamte CC-Steuerung. „Heu-

te weiß eigentlich keiner, wo er mit seinem Contact Center wirklich steht“, beschreibt Ulrich Brützel, Geschäftsführer des Bonner Instituts für Personalmanagement (BIP) und Ideengeber der Initiative, die Ergebnisse des Forschungsprojektes. Dies soll sich mit der Gründung des Vereins CCBenchmark e.V. (CCB) ändern. CCB bietet seinen Mitgliedern und Abonnenten eine Vielzahl interessanter und wertvoller Services:

- ein exklusives Reporting-System für Call Center und Kundencenter
- einen individuellen, vierteljährlichen Benchmark-Service
- exklusive Monitoring-Produkte für Call Center und Kundencenter
- kostengünstige Meetings und Workshops zu aktuellen Call Center-Themen
- Internet-Foren zu allen Contact Center-Themen
- praxisnahe Forschungsprojekte zu den wichtigsten Call Center-Zukunftsthemen

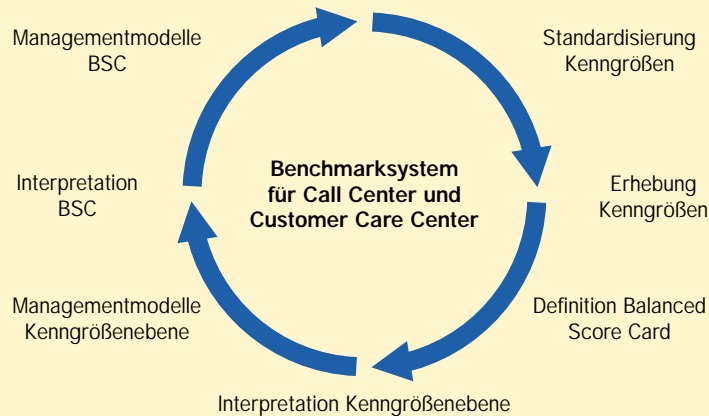
Die Datenerhebung für den individuellen Benchmark-Service wird beispielsweise in den Partnerunternehmen durch die speziell entwickelten CCB-Tools standardisiert und unterstützt. Die den Kenngrößen zu Grunde liegenden mathematischen Formeln sind dabei in den jeweiligen Excel-Blättern hinter-

legt, sodass bei der Eingabe auch gleichzeitig Plausibilitätskontrollen durchgeführt werden können. IT-Tools für die automatisierte Generierung der CCB-Kenngrößen werden derzeit entwickelt.

Im Wesentlichen umfasst das Benchmark-System von CCB die vier Dimensionen Produktivität, Servicequalität, Informationsmanagement und Mitarbeiterbindung. Die Teilnehmer haben grundsätzlich in jedem Quartal die Wahl, welche Kenngrößen sie analysieren und vergleichen wollen. „Im Minimalfall reicht ein Kenndatum für die Teilnahme aus“, so Brützel, „doch je mehr Kenndaten eingereicht werden, desto aussagekräftiger wird natürlich die Analyse der Vergleichsdaten für alle Beteiligten“.

„Die Reports, die der Call Center-Betreiber erhält, gehen über die normale Inhouse-Analyse der ACD-Statistiken weit hinaus“, nennt Joachim Bochberg, Vorsitzender des CCB und Leiter Consumer Relations bei Henkel in Düsseldorf, die Vorteile für den Call Center-Betreiber. „Die Auswertungen zeigen nicht nur quantitative Größen, sondern bieten auch ein neutrales Bild über die Service-

Der Regelkreis des Call Center-Controlling



Quelle: CCBenchmark e.V., 2002

bereits für CCBenchmarks entschieden haben, gehören Otto Versand, Lufthansa, T-mobil, debitel, O2, Medion, Deutsche Telekom, Postbank, Deutsche Post Express, Henkel, Gerling und DAK.

Lösungen nicht nur für Call Center

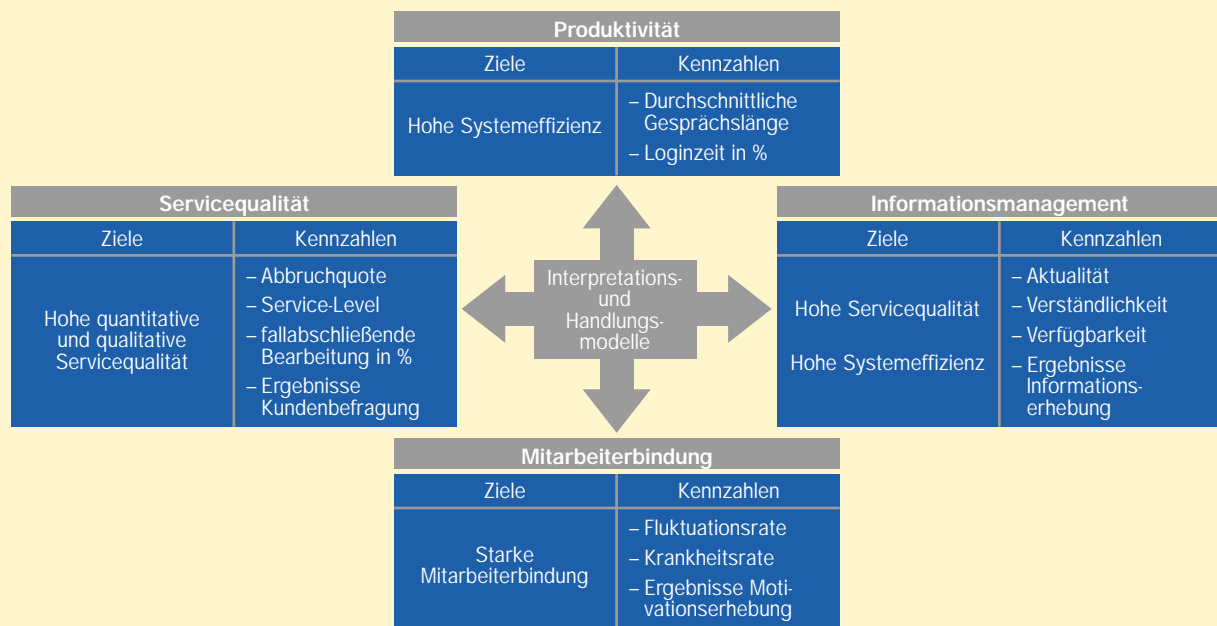
Damit ist CCB also auf dem besten Wege, die immer wieder geforderten Branchenstandards für den Call Center-Bereich zu schaffen. Auf Grund der fortschreitenden Dienstleistungsorientierung modernerer Marktwirtschaften wird die Anzahl der Kundenservice-Bereiche mit einer lastabhängigen Arbeitsorganisation kontinuierlich steigen. Da Call Center als „idealtypische Kundenschnittstellen“ gesehen werden, besitzen die dort entwickelten Lösungen in immer stärkerem Maße auch Modellcharakter für andere Branchen. Dieser Zusammenhang zeigt die große Tragweite der heute in der CC-Branche entwickelten Strategien. Weitere Informationen zum CCB unter der (01 80) 5 05 01 01 oder im Internet unter www.ccbenchmarks.org.

Ulrich Brützel

qualität einer Organisation. Die Ergebnisse lassen sich zusätzlich noch in Relation zu anderen Call Centern aus der Branche oder den Gesamtmarkt setzen.“ Das Benchmark-System wird zur Zeit durch die Definition von aussagefähigen Kenngrößen zur Outbound-Telefonie erweitert. So kann erstmals auch dieser wichtige Bereich einem Bench-

marking unterzogen werden. Die gewonnenen Informationen können für anstehende Outsourcing-Entscheidungen genutzt werden und erleichtern die Bewertung ausgedienter Leistungen erheblich. Einige Unternehmen nutzen heute bereits die CCB-Mitgliedschaft zur besseren Steuerung ihrer externen Dienstleister. Zu den Unternehmen, die sich

Die Balanced Score Card nach Version der CCB



Quelle: CCBenchmark e.V., 2002