



Peter Höfl

Communication Center

ein Arbeitsplatz – viele Berufe



von
Peter Höfl



Ziel des Vortrags



Ich möchte Ihnen zeigen, dass es sich bei der Arbeit in einem Communication-Center um spannende Tätigkeiten handelt, die für engagierte und kommunikative Mitarbeiter auch Perspektiven bieten.



Was ist ein Communication-Center?

- Andere Bezeichnungen: Call- oder Contact-Center, Servicezentrale
- Der direkte Draht zum Interessenten/Kunden.
- Eine Organisationsform, die sich geeigneter Technik bedient um den Dialog mit einer Vielzahl von Kunden zu gestalten.
- CC gibt es in fast allen Branchen.
- Ein CC kann 5 aber auch 500 Mitarbeiter beschäftigen.



Arten von Communication- Centern



- Inbound
(behandelt ankommende Anfragen)
- Outbound
(führt aktiv Gespräche nach außen)
- Inhouse-CC
(Bereich eines Unternehmens)
- „outgesourctes“-CC
(Dienstleister übernehmen Aufträge)



Warum betreiben Unternehmen Communication-Center?



- Bessere Erreichbarkeit
- Höhere Servicequalität
- Neue Kunden gewinnen und vorhandene Kunden an das Unternehmen binden
- Genauere Steuerung des Marketings
- Kosten senken
- Personal effizienter einsetzen

Entwicklung der Beschäftigten im Communication-Center

- Im Jahr 2000 arbeiteten in Deutschland mehr als 185.000 Menschen in einem CC.
- Heute arbeiten rund 500.000 Menschen in Unternehmen in diesem Bereich





Branchen mit hohem Communication-Center Anteil



- Telekommunikation / EDV
- Finanzdienstleistung /
Versicherung
- Handel
- Energieversorgung
- Markenartikelindustrie
- Medien
- Verkehr u. Touristik



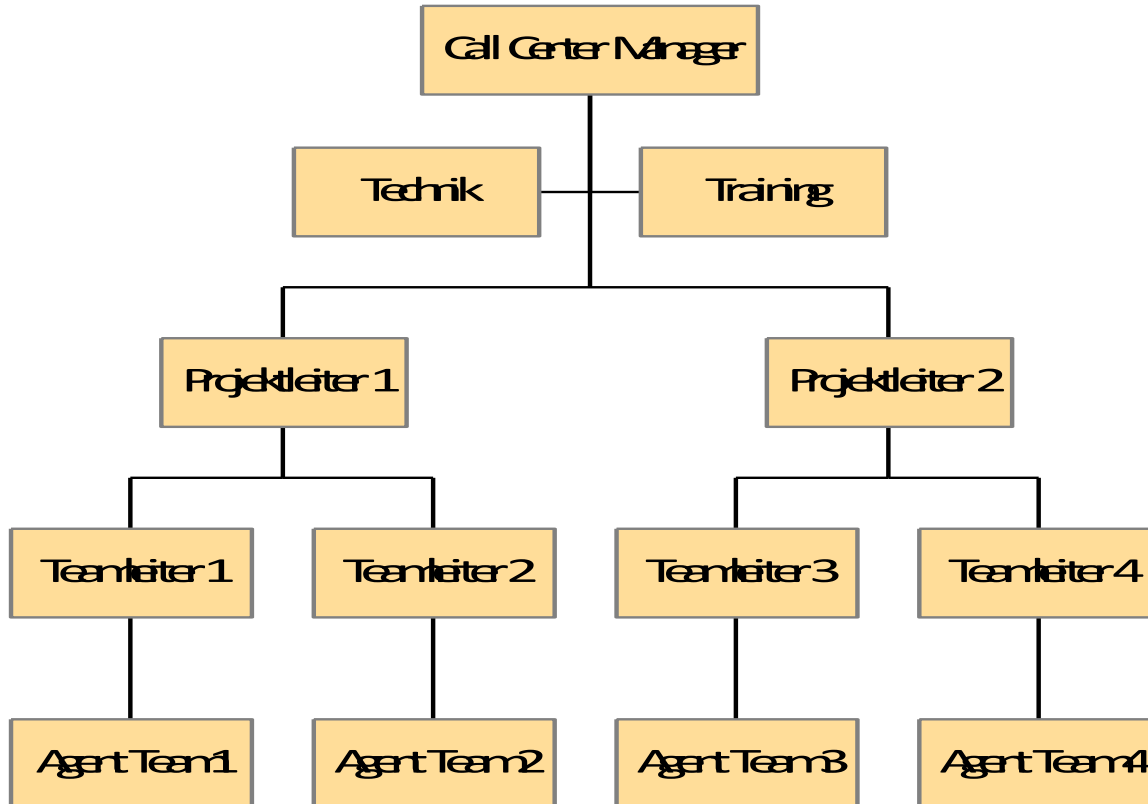
Arbeitsplatz und Arbeitsbedingungen



- Bildschirmarbeit
- Headset
- Großraumbüros
- Oft Schichtdienst, geregelt durch Dienstpläne
- Hoher Teilzeitanteil
- zunehmend „virtuelle CCs“



Beispiel für die Struktur





Agent Inbound „Bestellannahme“



Peter Höfl

Typische Aufgaben sind

- die Beratung von Kunden,
- die Bearbeitung von Bestellungen über Telefon, Internet, E-Mail,
- die Entgegennahme von Reklamationen

Klassisches Beispiel ist der Versandhandel.



Agent Inbound „Info- / Helpline“



Peter Höfl

Bei dieser Art von Kundendialog steht weniger der Verkauf im Vordergrund, sondern das Erteilen von Auskünften und das Leisten von Hilfestellung.

Darunter fallen z. B. auch Notrufzentralen.



Agent Inbound „technische Helpline“



Peter Höfl

Agenten bei einer technischen Helpline benötigen für die Hilfe per Telefon meist ein spezielles Fachwissen oder eine Ausbildung auf bestimmten Gebieten.

Die bekanntesten Beispiele für technische Helplines sind die Hotlines von IT- und Softwarefirmen.



Agent Outbound „Terminierung“



Der Agent ruft aktiv bei einem Kunden oder Interessenten an. Er stellt im Auftrag von Unternehmen A Unternehmen B ein Produkt bzw. eine Dienstleistung am Telefon vor und versucht einen Termin für einen Außendienstmitarbeiter zu vereinbaren.

Früher erhielten auch Privatpersonen viele unerwünschte Anrufe. Heute verhindern strenge gesetzliche Regelungen diese Belästigung.



Agent Outbound „Direktverkauf“



Agents, die im Direktverkauf beschäftigt sind, rufen Kunden an und bieten ihnen ein Produkt oder eine Dienstleistung zum Kauf an. Ein klassisches Beispiel: Ein Vertrieb von frischem Fisch erfasst systematisch die Bestellungen der Restaurants. Nach einiger Zeit weiß das Unternehmen, wer gern welche Ware bestellt. Der Agent ruft an und bietet zielgerichtet sein Ware an.



Teamleiter

Zehn bis zwanzig Mitarbeiter sind in der Regel in einer Gruppe zusammengefasst, die ein Teamleiter führt. Der Teamleiter ist für klassische Führungsaufgaben, wie zum Beispiel die Personal- und Urlaubsplanung, zuständig. Eine wichtige Aufgabe ist die Unterstützung der Mitarbeiter (Coaching).

Häufig findet man auch sogenannte Supervisor, die z. B. für die Steuerung des Tagesbetriebs oder fachliche Führung zuständig sind



Projektleiter

Ein Projektleiter ist für die Koordinierung eines kompletten Projektes zuständig. Er hält bei Communication-Center-Dienstleistern die Verbindung zum Auftraggeber. Daneben hat er häufig weitere Leitungsaufgaben wie die Qualitätssicherung oder statistische Auswertungen zur wirtschaftlichen Analyse.



Call Center Manager

Ein Call Center-Manager ist als oberster Kopf für die Steuerung eines Call Centers zuständig. In der Vergangenheit waren hier noch häufig Quereinsteiger zu finden.

Mittlerweile bietet sich deutlich häufiger Mitarbeitern aus den eigenen Reihen eine Perspektive.



Weitere Berufe und Tätigkeitsfelder



- IT- / Telefontechniker
- Personaleinsatzplanung
- Qualitätsmanager
- Trainer / Coach
- Consultant
- Niederlassungsleiter
- Kampagnenmanager



Anforderungen

- Die erforderliche schulische oder fachliche Ausbildung und Berufserfahrung hängen von der jeweiligen Tätigkeit ab und können stark variieren.
- Computer-Anwender-Kenntnisse werden in aller Regel erwartet.
- Gesucht werden aufgeschlossene, kontaktfreudige und selbstbewusste Mitarbeiter mit hoher Sozialkompetenz.
- Eine klare Stimme ist eine wichtige Voraussetzung, aber auch die Sinne von Auge und Ohr sollten geschärft sein.



Verdienstmöglichkeiten

- wegen der teils sehr unterschiedlichen Tätigkeiten ist es hier nicht sinnvoll, Durchschnittszahlen zu nennen.
- zwischen verschiedenen Standorten und Regionen gibt es z. T. deutliche Unterschiede.
- der Verdienst in Inhouse-Communication-Centern ist meist höher als bei Dienstleistern.
- bei Tätigkeiten im Outbound gibt es häufiger eine leistungsorientierte Vergütung.
- Gute Leute sind gesucht und müssen sich nicht unter Wert verkaufen.



Ausbildung Agent



Peter Höfl

- Wer in einem Communication-Center Karriere machen will, sollte auf eine Ausbildung keinesfalls verzichten.
- 2 Jahre: Servicefachkraft für Dialogmarketing
- 3 Jahre: Kauffrau/-mann für Dialogmarketing
- auch andere Lehrberufe bieten je nach Branche eine gute Basis.



Ausbildung Führungskräfte



Peter Höfl

- Fachwirt/in für Communication Center Management (IHK)
Wird von einigen IHKs und Hochschulen angeboten
- Wie häufig im Bildungssektor gibt es diverse Angebote für Fort- und Weiterbildung von unterschiedlichen Institutionen. Welche davon ihr Geld wert sind, sollte man gründlich prüfen.



Aktuelle Entwicklungen



- Als weiterer Kommunikationskanal gewinnt der Chat an Bedeutung.
- Social Media ist mehr als nur ein Schlagwort. Die Twitter- und Facebook-Accounts der Unternehmen müssen betreut werden.
- Virtuelle Communication Center
- Immer wieder mal gibt es den Versuch, Video-Callcenter zu etablieren



weitere Informationen

- Call Center Verband Deutschland e.V.
www.callcenterverband.de
- Bundesinstitut für Berufsbildung
www.bibb.de
- Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.
www.ddv.de/
- Ihre IHK und Arbeitsagentur vor Ort
- Die Personalabteilungen von geeigneten Unternehmen in Ihrer Nähe



Vielen Dank für Ihre Interesse!



Peter Höfl
Unternehmensberater
Zündterstr. 12
80689 München
Tel.: +49-(0)89-255 491 88
Mob: +49-(0)171-28 88 937
Web: www.peter-hoefl.de
Email: info@peter-hoefl.de