

# Call Center Positionierung

Call Center – Communication Center – Customer  
Contact Center

Möglichkeiten und Grenzen des Call Centers  
Akzeptanzmarketing

# Gruß aus Babylon

Customer Interaction Center

Communication Center

Contact Center



Service Zentrale

## Call Center

Kundendienst-Zentrum

Customer Care Center

Customer Service Center

# Was ist ein Call Center?

- Selbständige Organisationseinheit
- Dialog zwischen dem Unternehmen und
  - Kunden
  - Interessenten
  - Lieferanten
- Einsatz „moderner“ Kommunikationstechniken
  - Telefon
  - Fax
  - eMail
  - Internet (Chat, CoBrowsing)
- Service- und Effizienzorientierung

# Inbound



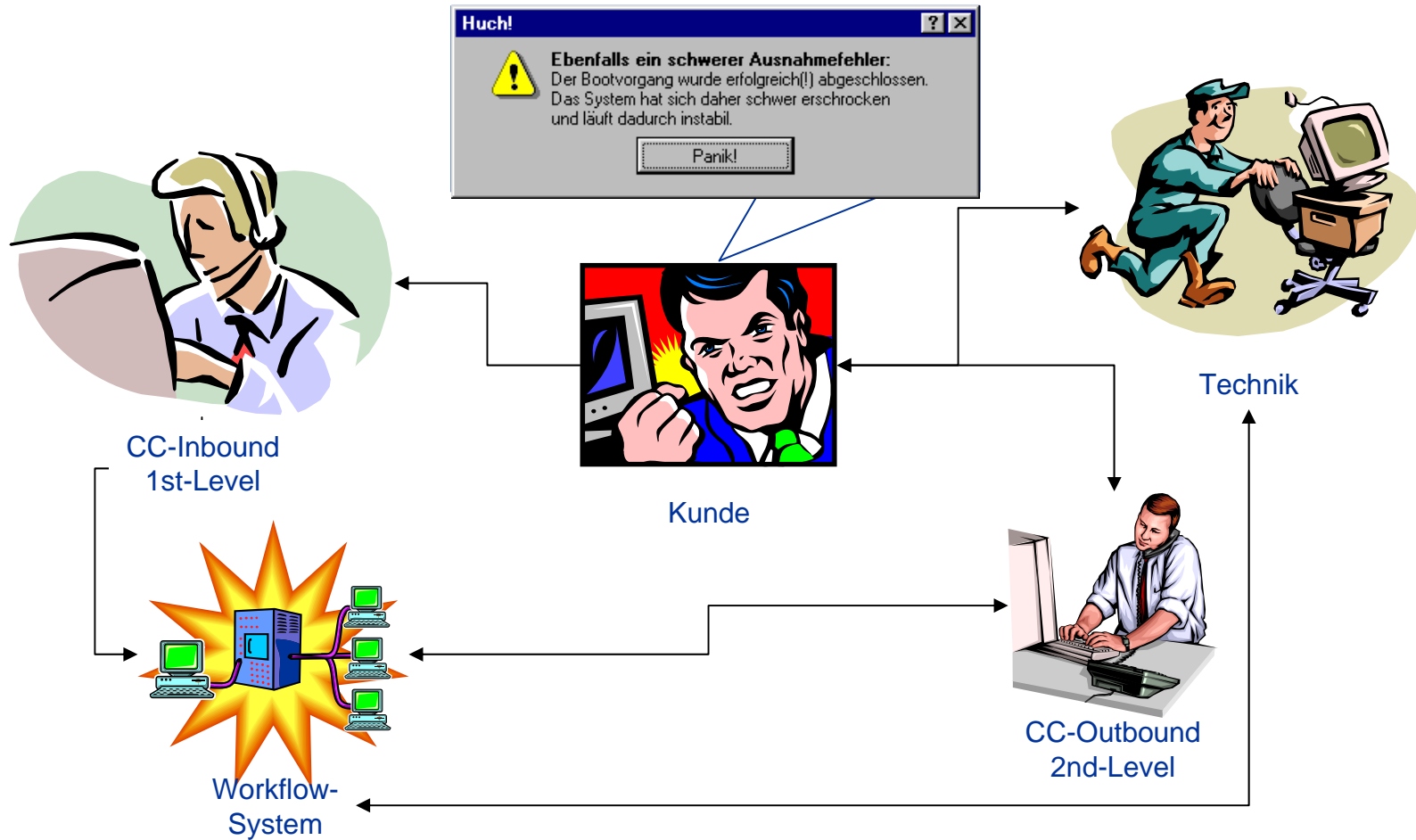
- Beratung & Information
- Bestell- u. Auftragsannahme
- Buchen und Reservieren
- Kundenbetreuung
- Support
- Beschwerdemanagement
- Vermittlung

# Outbound

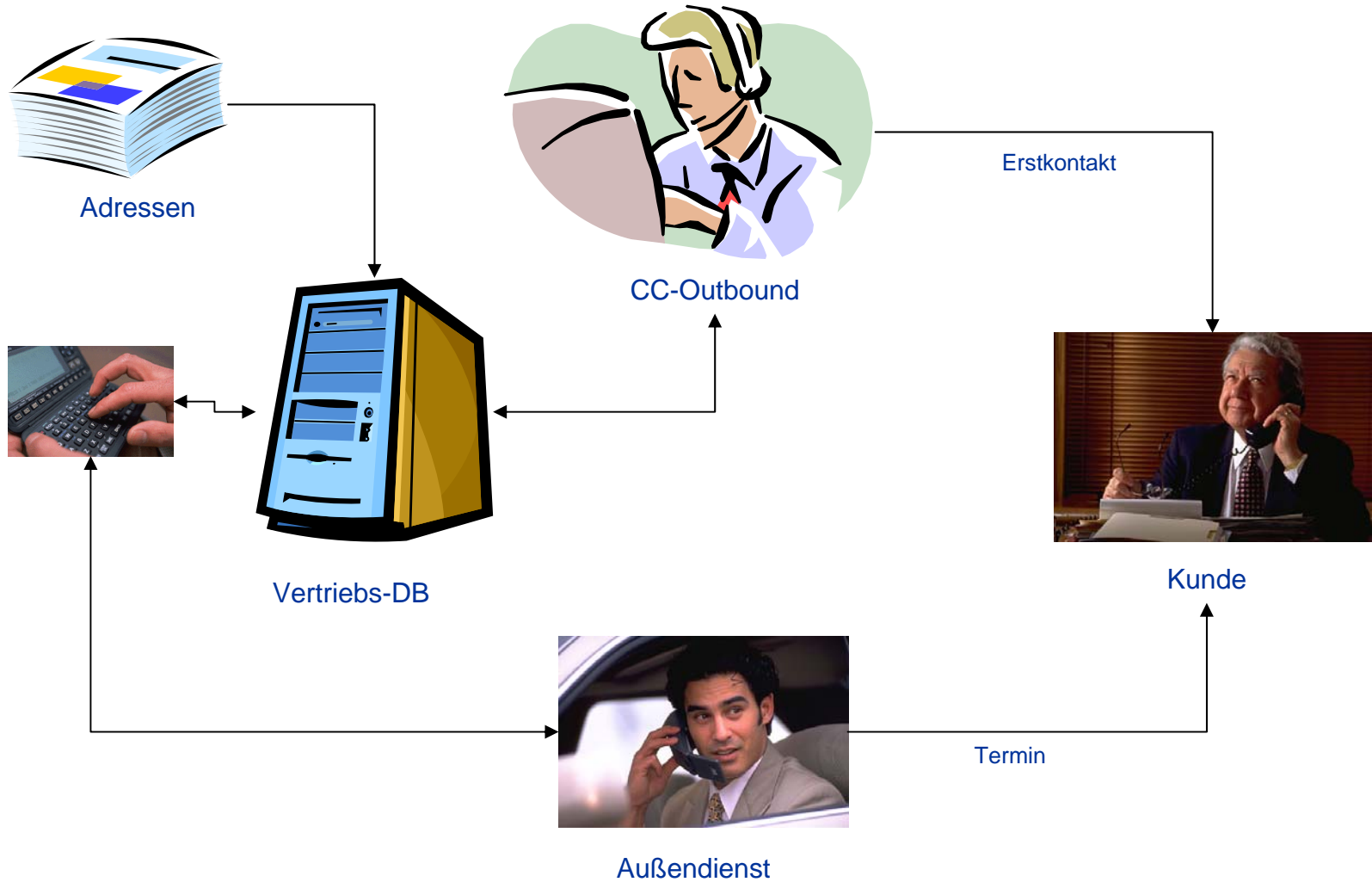


- Adressqualifizierung, Entscheiderermittlung
- Bedarfsanalyse
- Terminierung
- Nachfassen
- Event-Einladungen
- Direktverkauf
- Kundenrückgewinnung
- Kundenbefragungen
- Inkasso

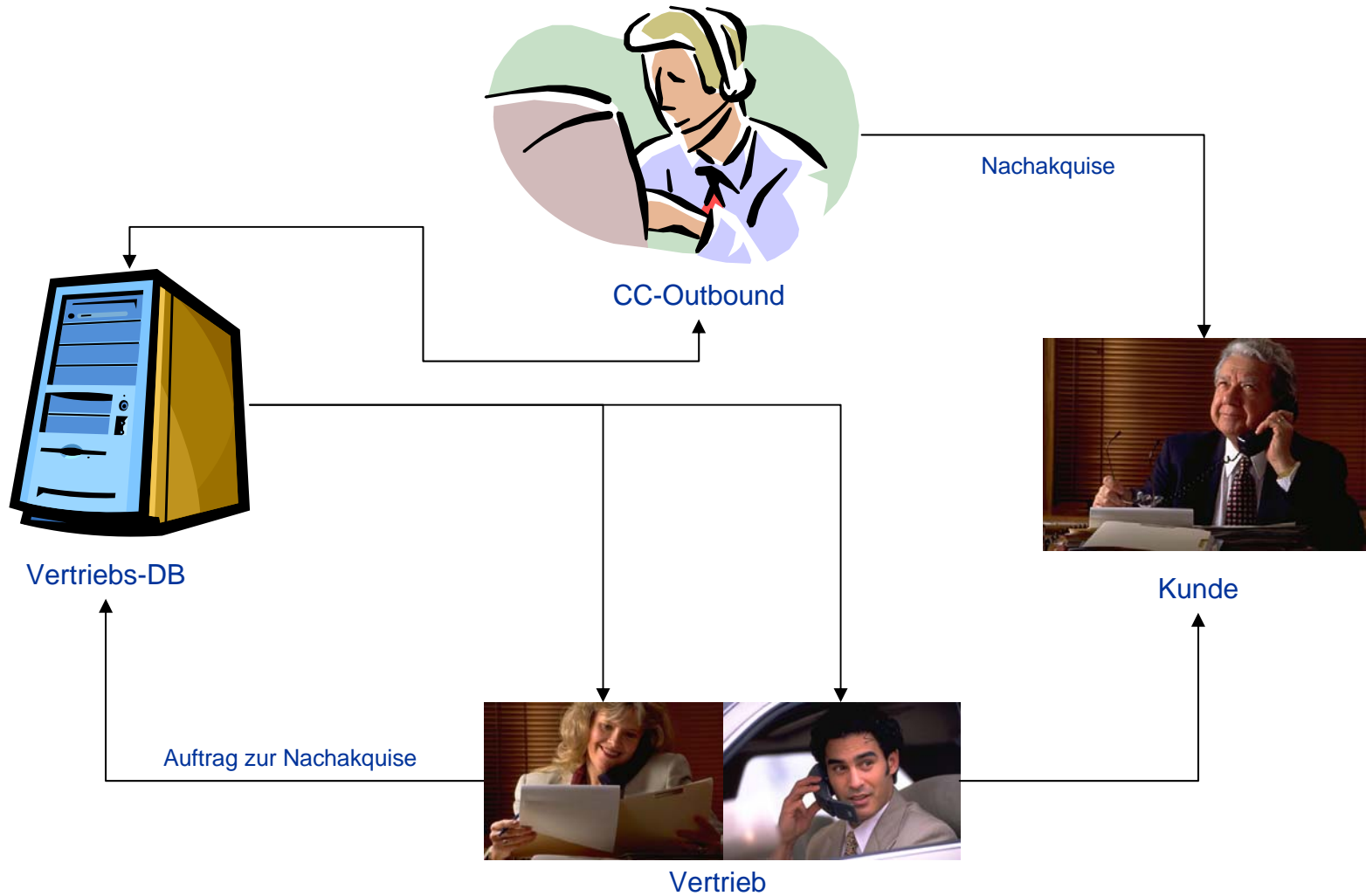
# Support- und Hotline-Services



# Terminvereinbarung für den Außendienst

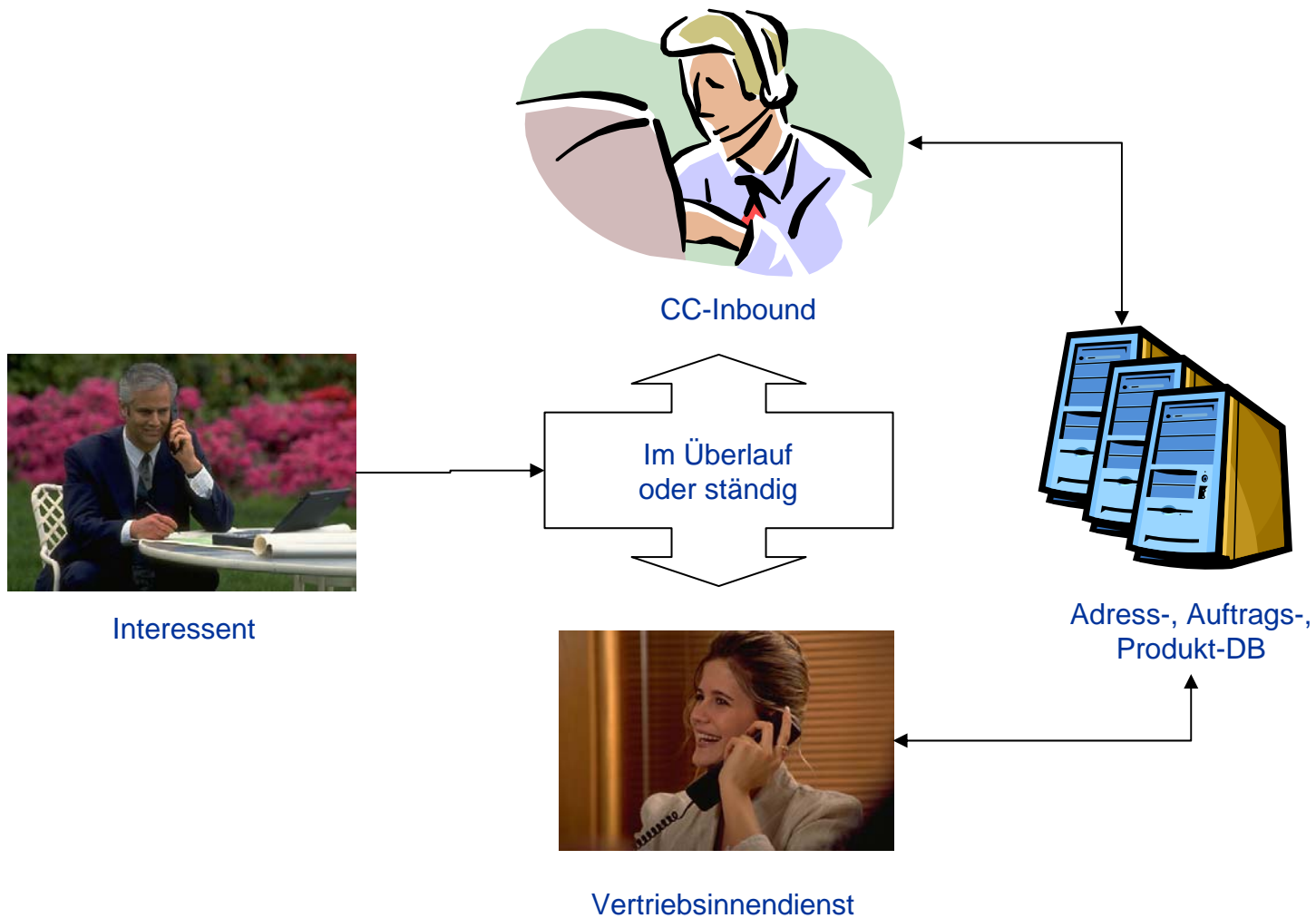


# Angebote Nachfassen (B-Kunden)

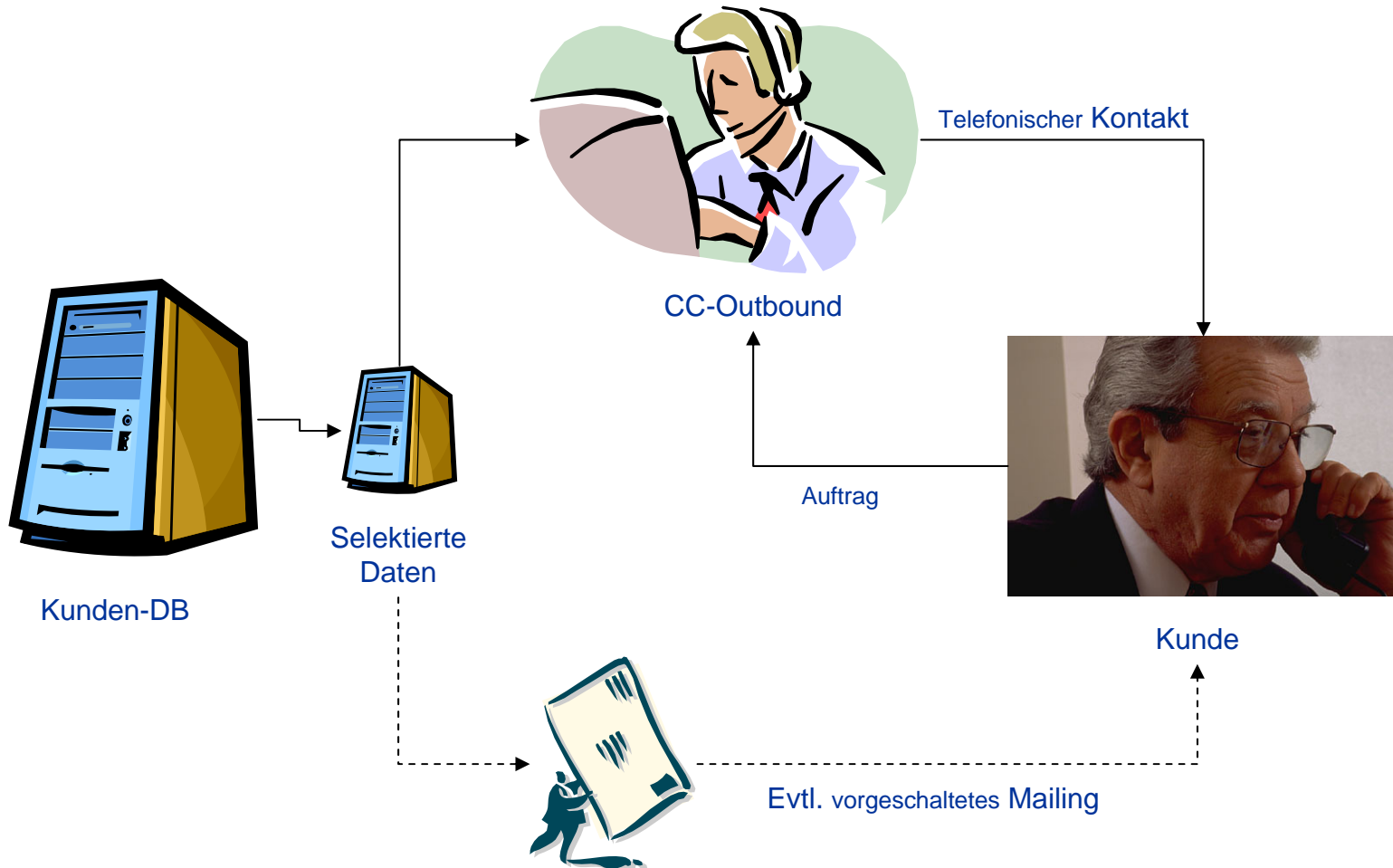




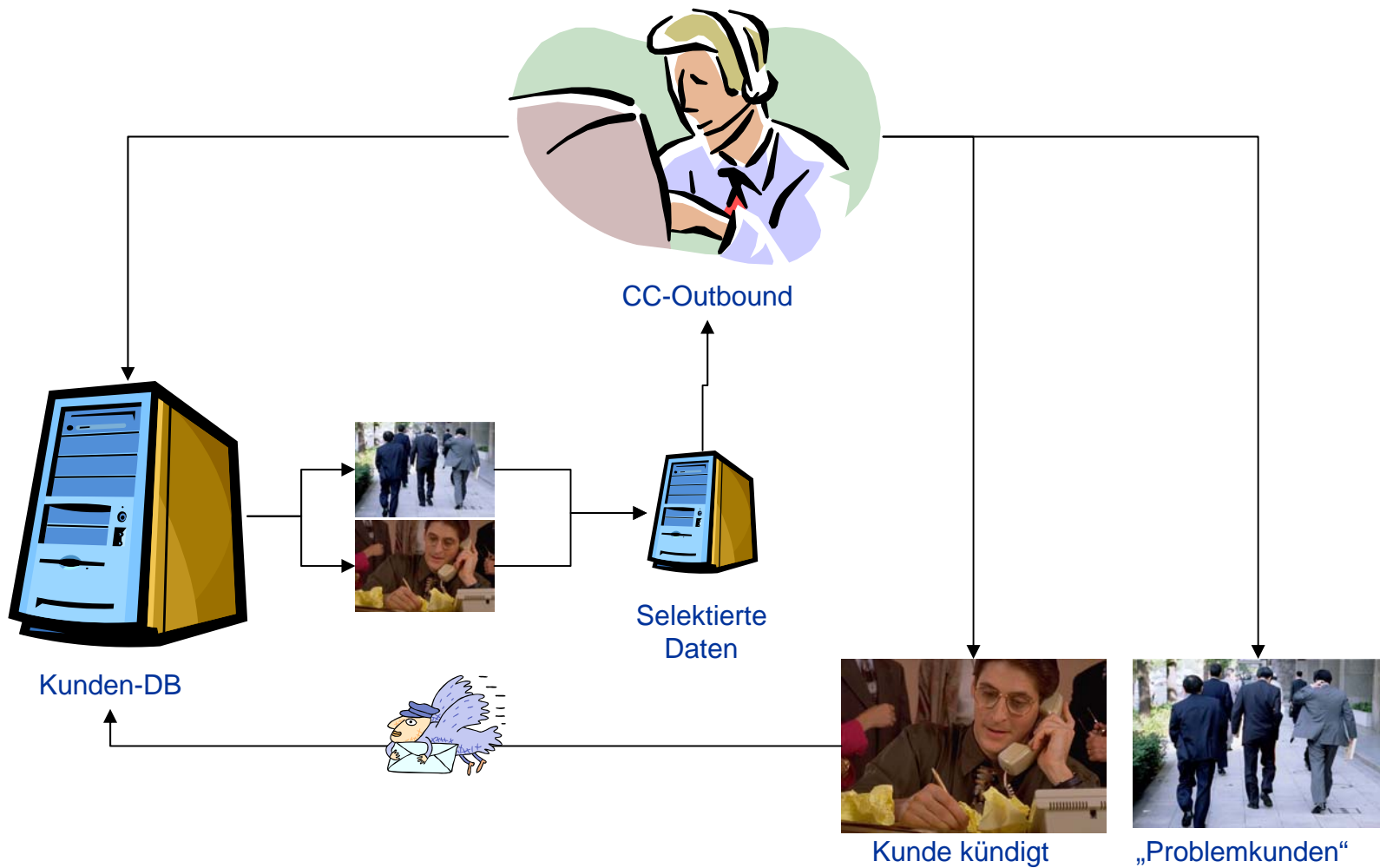
# Interessentenbetreuung



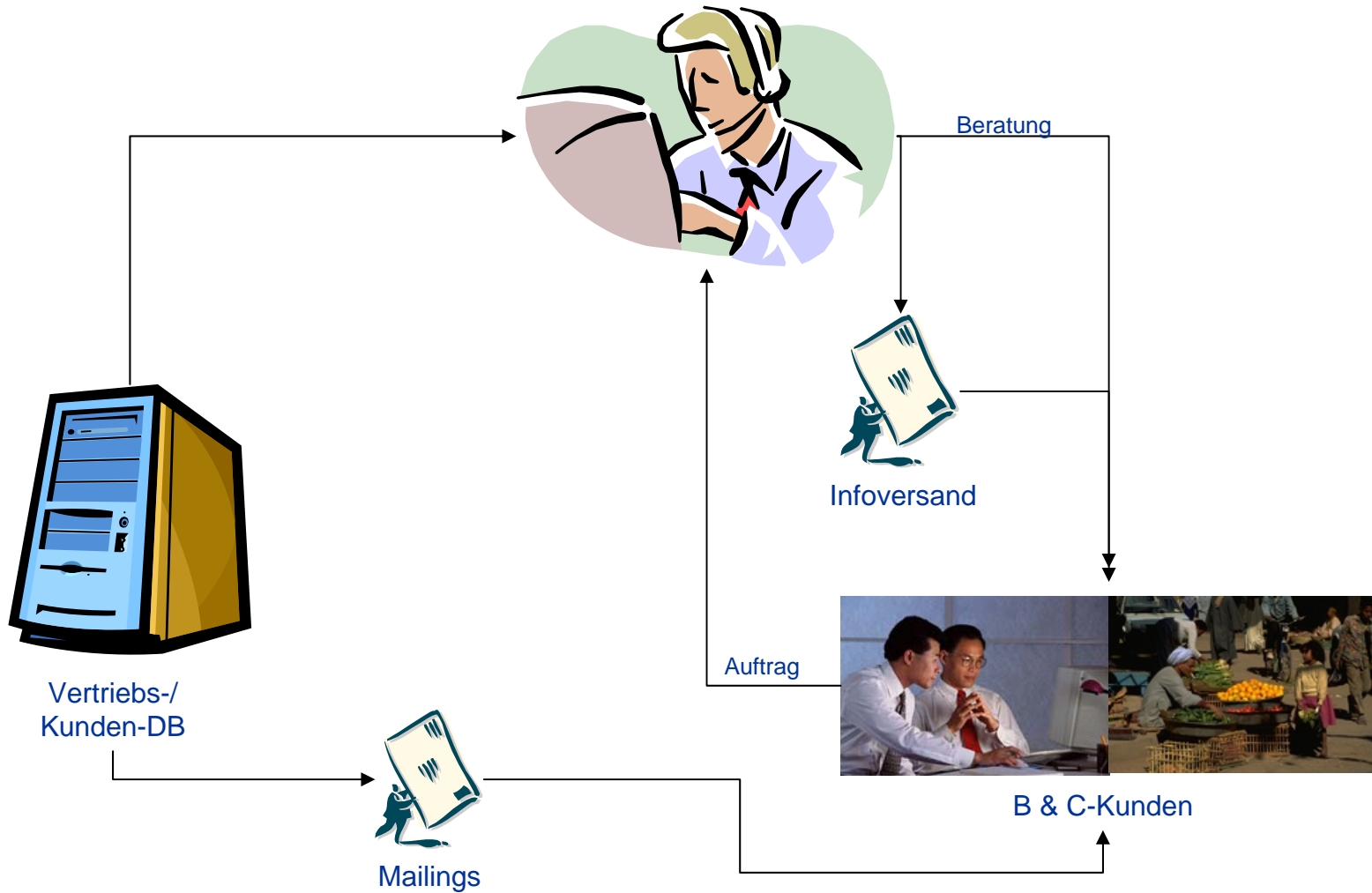
# Cross- und Up-Selling



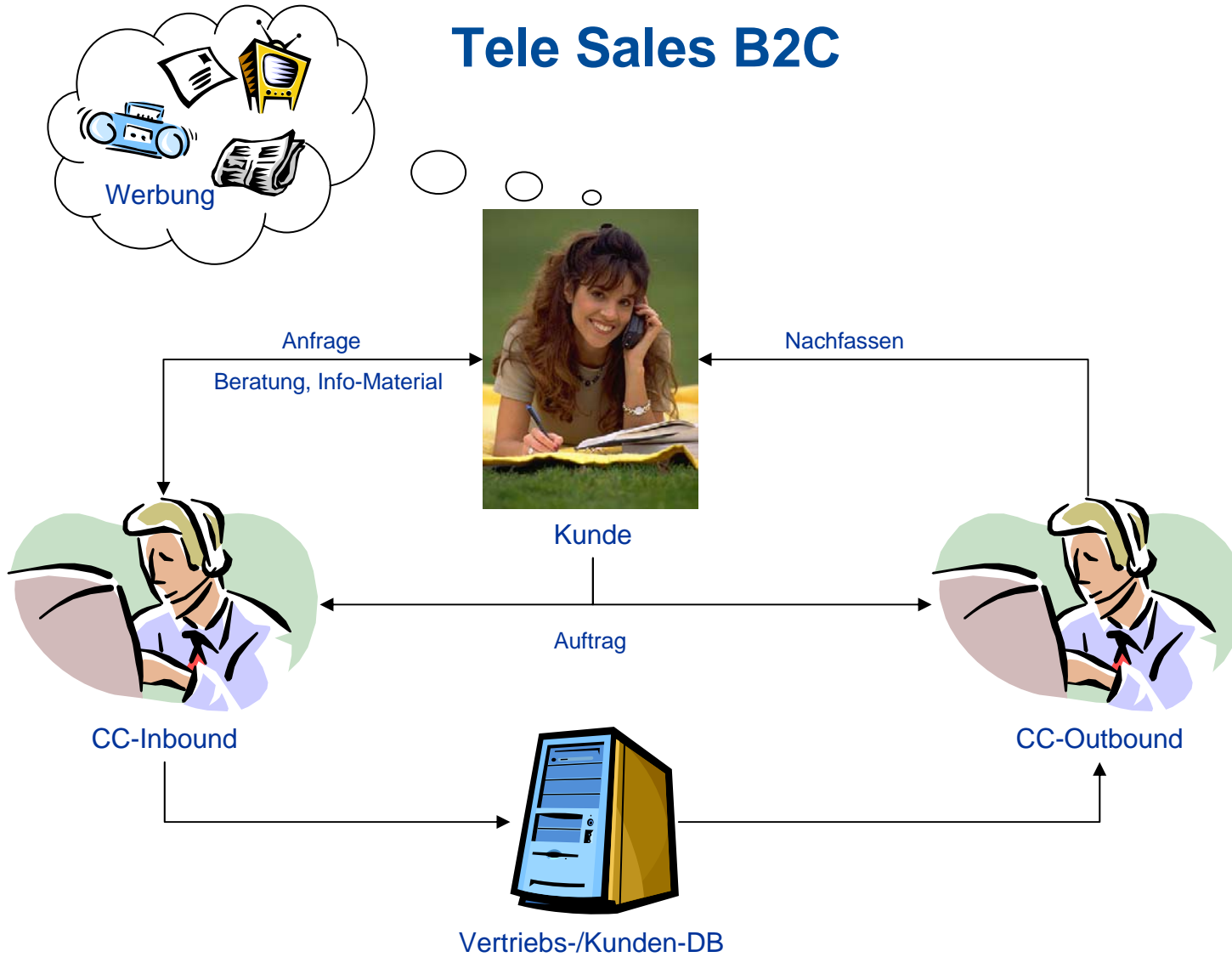
# Retention-Management



# Tele Sales B2B (B u. C-Kunden)



# Tele Sales B2C



# Akzeptanzmarketing (AM)

Rechnen Sie nicht damit, dass Sie bei allen Beteiligten mit der Idee eines Call-Centers sofort auf Begeisterung stoßen!

Eine neue Organisationstruktur muß sowohl intern, als auch extern verkauft werden!

## Die „kritischen“ Gruppen



Geschäftsleitung



Kunden



MA der bestehenden Struktur



Potentielle MA für das CC



Arbeitnehmervertretung

## AM: Geschäftsleitung



### Bedenken

- Ging bisher auch ohne
- Das funktioniert bei uns nicht
- Zu hohe Investitionen
- Lohnt sich nicht
- Unsere Kunden wollen das nicht
- Gerangel um die Zuständigkeit

### Strategien

- Realistischer Businessplan, der die Potenziale für Einsparungen und Mehrumsatz herausarbeitet
- Blick auf die Wettbewerber
- Kundenbefragungen
- Pilot- oder Testaktionen mit CC-Dienstleistern
- Erfahrungsaustausch mit Unternehmen, die den Schritt bereits vollzogen haben

## AM: Kunden



### Bedenken

- Schlechterer Service
- Geringeres Fachwissen
- Kennt unseren Bedarf nicht
- Verlust des persönlichen Kontakts
- Da kann dann keiner entscheiden!

### Strategien

- Wünsche aus Kundenbefragungen berücksichtigen
- Bessere Erreichbarkeit
- One-Stop-Shopping
- Offenlegung Ihres Konzepts um die Bedenken zu entkräften



## AM: Mitarbeiter der bestehenden Struktur



### Bedenken

- Meinen Kunden verstehe nur ich!
- Das ist zu kompliziert für die Mitarbeiter eines CC!
- Diese Informationen dürfen die Abteilung nicht verlassen!
- Angst vor Kompetenzverlust
- Angst vor Arbeitsplatzverlust

### Strategien

- Ängste ernst nehmen
- Neue Strukturen und Abläufe verständlich erläutern
- Entlastung von Routinetätigkeiten
- Konzentration auf das „Eigentliche“
- Mitarbeiter bei der Gestaltung der neuen Prozesse einbinden

## AM: Potentielle Call-Center-Mitarbeiter



### Bedenken

- Image der Tätigkeit
- Verdienst
- Arbeitszeiten
- Monotone und stupide Arbeit
- Keine Aufstiegsmöglichkeiten

### Strategien

- Stellenbeschreibungen und Anforderungsprofile erstellen
- Schulungs- und Einarbeitungsplan
- Personalentwicklungsplan
- Faire Arbeitsbedingungen
- Informationsveranstaltungen

## AM: Arbeitnehmervertretung



### Bedenken

- Arbeitsbedingungen im CC
- Gläserner Mitarbeiter
- Personalabbau in den konventionellen Bereichen

### Strategien

- Frühzeitige Einbindung in den Gestaltungsprozess
- Argumentation der Notwendigkeit

Für Ihre Fragen und Anliegen stehe ich Ihnen  
gern zur Verfügung!



**Peter Höfl**

**Tel.: +49-(0)89-25 54 91 88**

**eMail: [info@peter-hoefl.de](mailto:info@peter-hoefl.de)**

**Web: [www.peter-hoefl.de](http://www.peter-hoefl.de)**