

CCVNews

Die guten Nachrichten aus der Callcenter Branche

1.12

Strahlende Aussichten?

**Callcenter im Spannungsfeld zwischen Kostendruck
und Multichannel-Kommunikation**





Der **CCV Quality Award**: Auch 2012 die Auszeichnung für Deutschlands beste Callcenter. **Bewerben Sie sich ab April!**

DIE KATEGORIEN

2012 wird der CCV Quality Award erstmals in drei Kategorien vergeben.

- 1. Kundenzufriedenheit**
- 2. Mitarbeiterorientierung**
- 3. IT Innovation (NEU!)**

Informieren Sie sich jetzt unter
www.quality-award.de!

DIE FAKTEN

Der Qualitätspreis für deutsche Callcenter Organisationen.

Bewerbungsbeginn:

1. April 2012

Bewerbungsschluss:

31. Juli 2012

Preisverleihung:

Oktober 2012 in Berlin



Jetzt informieren unter: www.quality-award.de

Mit freundlicher Unterstützung durch:



Eine Qualitäts-Initiative des:





Liebe Leserinnen,
liebe Leser,



wird 2012 ein gutes Jahr für die Callcenter Branche? Europas Branchenleitmesse Nummer Eins, die CallCenterWorld (CCW) in Berlin, könnte dafür ein Gradmesser sein und konkrete Anhaltspunkte bieten. Der Gesetzgeber wird uns in jedem Fall auch in 2012 fordern, unsere Positionen deutlich zu machen. Das Gesetz zu kostenfreien Warteschleifen ist in seiner verabschiedeten Form dabei nur ein erster Baustein, der bei vielen Callcentern aufwändige Anpassungen erforderlich machen wird.

„Den Kundenservice neu erfinden!“ lautet das Motto der CCW 2012, das in Anbetracht der rasanten Entwicklung im Bereich Social Media, der Verbreitung intelligenter Self-Service-Lösungen und der gestiegenen Nutzung mobiler Anwendungen wahrlich Programm ist. Von der Neuausrichtung der Kommunikationsstrategien bis hinein in die Umsetzung operativer Dialog- und Servicemaßnahmen finden sich zahlreiche Diskussionsforen und Denkanstöße.

Auch das Image der Callcenter Branche ist natürlich wieder Thema, dem sich Branchenvertreter in Diskussionsrunden mit den Gewerkschaften stellen werden. Ob Mindestlohn, Arbeitsbedingungen oder Qualifikation, die Palette ist breit gefächert und zeigt, wo viel Licht ist, da gibt es auch Schattenseiten. Welche Wege es geben könnte, diese Imagemakel zu beseitigen, wird uns auch über die CCW hinaus beschäftigen.

Ein Baustein, gute Leistungen zu würdigen, ist der CCV Quality Award. Damit zeichnet der Verband jährlich Unternehmen aus, die besondere Leistungen z.B. im Bereich Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterorientierung nachweisen konnten. Bewerben Sie sich, wenn auch Sie täglich herausragende Leistungen im Kundendialog erbringen. Näheres erfahren Sie am CCV Stand oder unter www.quality-award.de. Was Sie vom Call Center Verband Deutschland zu allen aktuellen Entwicklungen im Bereich Recht und Regulierung, in Projekten und Arbeitskreisen zu vielen operativen Themen des Callcenter Tagesgeschäfts und an Neuheiten von unseren Mitgliedsunternehmen speziell auf der CCW und im LiveCallCenter erfahren können, haben wir für Sie in den nachfolgenden Artikeln zusammengestellt.

Mitgliedsunternehmen des Call Center Verband Deutschland e.V. erkennen Sie auf der Messe übrigens an dem Logo-Wimpel „Wir sind Mitglied!“ an ihren Ständen. Damit zeigen diese Unternehmen ihr Engagement im Verband und stehen für eine seriöse und zukunftssträchtige Branchenentwicklung.

Sollten Sie noch nicht dabei sein: Schließen Sie sich an! Wir freuen uns, Sie in einer starken Gemeinschaft begrüßen zu können. Nutzen Sie die Gelegenheit für ein persönliches Gespräch und besuchen Sie uns auf der CallCenterWorld, Halle 4, Stand H18/J17. Die beste Gelegenheit dazu: Unsere Standparty am Dienstag, den 28. Februar, ab 17.00 Uhr. Wir freuen uns auf Sie!

Herzlichst

Manfred Stockmann

Präsident des Call Center Verband Deutschland e.V.



In dieser Ausgabe lesen Sie

Recht und Regulierung	5	Qualität braucht Mitwirkung	23
Die „Großen 4“ beschäftigen die Branche weiter		Ein Aufruf von Kent Doğu, Vorstand Qualität	
Design zeigt Wirkung	6	Der CCV im LiveCallCenter	24
		Datenschutz, Zertifikate und Inklusion	
Die Quadratur des Kreises	7	4Com Highlights auf der CallCenterWorld	25
Zukunft der Aus- und Weiterbildung			
NICE veröffentlicht KPI Pocket Guide	10	Wettbewerbsvorsprung durch Zertifizierung	25
Kundenservice in Zeiten von Social Media	11	Erstmals Callcenter Zahlen für Europa	26
Hat das Contactcenter bald ausgedient?			
CCV Frühjahrstagung	14	Wirtschaftlicher weiterbilden	26
Prozessverbesserung im Callcenter	15	Call Center Club: „Tue Gutes und sprich darüber“	27
„Weil es so komplex ist“	16	Umfrage und Studie: „Work at Home“	27
Ein Interview mit Sandra und Michael Stüve			
Warteschleifen im Internet managen und monitoren	20	Termine	28
Volles Program auf der CallCenterWorld	21		
Veranstaltungen von und mit dem CCV			



Recht und Regulierung

Die „Großen 4“ beschäftigen die Branche weiter.

Der CCV bringt Sie auf den neuesten Stand.

Kostenfreie Warteschleife

Die neuen Regelungen zur Kostenfreien Warteschleife kommen – der Bundesrat hat am 10. Februar einstimmig den zuvor im Vermittlungsausschuss gefundenen Kompromiss zur Neufassung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) angenommen. Zunächst ist nach Inkrafttreten des Gesetzes eine dreimonatige Übergangsfrist vorgesehen. Am ersten Tag des vierten Monats nach Inkrafttreten startet dann Phase 1 – die erste Warteschleife muss dann kostenfrei sein.

Mindestlohn

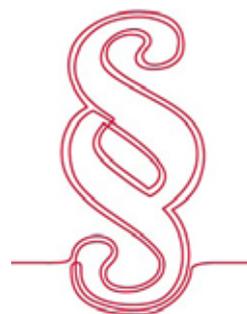
Die Mehrheit der Mitglieder stimmte auf der Mitgliederversammlung dafür, den CCV Vorstand zu beauftragen, sich im Namen des CCV um die Gründung eines Zweckverbandes zur Einführung eines allgemeinverbindlichen tarifvertraglichen Mindestlohnes zu bemühen. Ein solcher Arbeitgeberverband kann mit den Gewerkschaften einen Minimal-Tarifvertrag mit einer Lohnuntergrenze verhandeln; diesen kann das Bundesarbeitsministerium dann auf Antrag als allgemeingültig erklären. Damit wäre eine wirksame, allgemeinverbindliche Lohnuntergrenze geschaffen. Derzeit laufen Gespräche mit den Top 35 Dienstleistern. Zur CallCenterWorld 2013 soll die Entscheidung über den Arbeitgeberverband stehen.

Beschäftigtendatenschutz

Nachdem es um die geplante Neuregelung des Beschäftigtendatenschutzes ruhig geworden war, gab es nun einen neuen Vorstoß des Gesetzgebers – und der deckt sich dank intensiver Lobbyarbeit in den wesentlichen Punkten mit den Forderungen der Callcenter Branche. Der Arbeitskreis Recht und Regulierung, hier vertreten unter anderem durch Manuel Schindler und Terry Johnson (defacto callcenter GmbH), kann somit einen wichtigen Erfolg vorweisen. Unklar ist noch, wann das Gesetz kommt. Klar scheint aber, dass das, was kommt, die Branche nicht wie befürchtet hart treffen wird, sondern im Gegenteil Rücksicht nimmt auf deren Erfordernisse besonders im Bereich Quality Monitoring.

Bestätigungslösung

Auch hier kann der Verband einen Lobby-Erfolg verbuchen: Nachdem das ursprüngliche Papier des Bundesjustizministeriums vom Tisch war, gibt es nunmehr ein neues Vorhaben, das sich mit den CCV Positionen deckt. Geplant ist nämlich eine Bestätigungslösung, die auf telefonisch vereinbarte Wett- und Lotteriedienstleistungen beschränkt ist.



Immer auf dem neuesten Stand in Rechtsfragen:
www.callcenterverband.de/themen/ccv-positionen



Advertorial

Design zeigt Wirkung

15 Jahre Call-Center-Effizienz: Gestaltung mit HCD

Erreichbarkeit rauf, Krankenquote und Fluktuation runter. Flächenbedarf verringert, Miete und Betriebskosten gesenkt. Das klingt nach Musik in Ihren Ohren? Das sind die ganz normalen Resultate einer Call-Center-Gestaltung durch die HCD Human CallCenter Design Planungsgesellschaft mbH. Wie das geht? Die Erklärung folgt.

HCD plant und realisiert als eines der wenigen Planungsunternehmen bundesweit Call Center nach ganzheitlichen Gestaltungsgrundsätzen. Die eigens entwickelte und in hunderten Projekten

einem entscheidenden Kriterium: Wenn Tätigkeit und Gehalt vergleichbar sind, wird der Arbeitsplatz ausschlaggebend. Dabei machen Multichannel-Kommunikation und qualitätsorientierter Service den Beruf im Kundendialog anspruchsvoll und attraktiv.

15 Jahre Erfahrung

Seit 15 Jahren hat sich HCD auf die Gestaltung von Call Centern spezialisiert, die Servicequalität und Flächenwirtschaftlichkeit gleichermaßen steigern – der Erfolg ist belegbar. Zahlreiche Kennzahlen aus Call-Center-Management und Facility-



HCD Human CallCenter
Design Planungsges. mbH
Julius-Hart-Straße 12
48147 Münster

Tel.: (02 51) 41 41 40
info@hcd-gmbh.de
www.hcd-gmbh.de

$$h_{cd} = \left(\text{Motivation} \times 100\% + \Delta \text{Flächennutzung} - \text{Fluktuation} + \sum_{i=1}^n \text{Mehrwert}_i \right)^3$$

gereifte HCD Matrix ist die Basis dafür: Sie ist die Partitur, die Anleitung für den Dirigenten. Und wie der Orchesterchef seine Musiker dirigiert, weist der Planer von HCD jedem baulichen Gewerk präzise seine Rolle und seinen Einsatz zu. Denn ein ganzheitlich gestaltetes Call Center zeichnet sich durch das harmonische Zusammenwirken aller baulichen Gewerke aus. Licht, Luft und Raum bilden eine Einheit, die die Effizienz des Centers steigert: durch flächenwirtschaftliche Anordnung von Produktiv-, Wege- und Feedbackzonen genauso wie durch akustisch optimierte und klimatisch gesunderhaltende Umsetzung der Arbeitswelt oder durch akzentuierte, energiesparende Beleuchtung.

Argument im War-for-Talents

Der Arbeitsplatz wird im Wettbewerb um die besten Fachkräfte für den Kundenservice zu

Management machen das Gestaltungsergebnis berechenbar. Effizienz und Effektivität eines Centers werden verbessert.

Design wirkt. Das HCD Projektbuch



Auf der CallCenterWorld 2012 zeigt HCD ganz konkret, welche Auswirkungen ganzheitlich geplante Maßnahmen auf die wesentlichen Kennzahlen aus Call-Center-Steuerung und Facility Management haben. Das HCD Projektbuch bietet Einblick in zahlreiche Projekte, erklärt Optimierungen und ist Benchmark.

Sie finden HCD in Halle 4, Stand F10/G9 und als Mit-Initiator und Gestalter des LiveCallCenters natürlich auch in Halle 5.





Die Quadratur des Kreises

Die Aus- und Weiterbildung im Kundenservice lahmt schon jetzt – dabei steht sie vor noch größeren Herausforderungen

Von Wolfgang Wiencke

Kostendruck auf die Dienstleister, allgemeiner Fachkräftemangel, demographischer Wandel, steigende Komplexität dank Multichannel-Kommunikation: Die gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen für die Personalentwicklung im Kundenservice sind massiv und stehen sich zum Teil diametral gegenüber. So muss sich die Aus- und Weiterbildung in einem Spannungsfeld beweisen, das zwischen fehlenden Ressourcen (Zeit und Geld) für die Mitarbeiter-Qualifikation einerseits und höheren Anforderungen an Agents und Führungskräfte andererseits entsteht. Hier sind neue Konzepte gefragt. Eines davon könnte die Quadratur des Kreises schaffen: einen einheitlichen Wissensstand durch individuelles Lernen.

Die Mitarbeiter-Qualifikation in deutschen Callcentern hinkt hinterher: Während sich in vielen anderen Wirtschaftsbereichen moderne E-Learning-Methoden bereits etabliert haben, setzt der Kundenservice weiterhin auf Präsenzschulungen. Das ist im Ansatz alles andere als unverständlich: Nach wie vor haben



Keine Zeit, kein Geld: Stell dir vor, es ist Präsenzschulung, und keiner geht hin.

Foto: Rainer Sturm /pixelio.de

klassische Seminarformate gegenüber herkömmlichen Distance-Learning (etwa über Webinare) klar die Nase vorn, wenn es um die Beliebtheit und Akzeptanz bei den Teilnehmern geht. Wenn allerdings die Konsequenz aus dieser Zuneigung zu etablierten Formaten ein Stillstand in der Aus- und Weiterbildung wird, gibt es Probleme. Und die haben die Callcenter jetzt: Die Dienstleister investieren erst gar nicht in hochpreisige Präsenzseminare. Der Inhouse-Sektor wiederum investiert durchaus, scheitert dann aber oft schon an der Unvereinbarkeit der meist mehr-



Die Quadratur des Kreises

tägigen Präsenz-Schulungen mit dem Schichtbetrieb: Heute ist der eine da, morgen der andere – einheitliche Qualifikationslevel erreicht man so nicht.

Hier setzt ein für den Kundenservice in Deutschland neues Lernformat an: Blended Learning, eine „Mischung“ aus Präsenzlernen und E-Learning: Jeder einzelne Teilnehmer, sei es Agent oder Führungskraft, absolviert seine Weiterbildungs-Module zu einem großen Teil vom PC aus – ob von zuhause aus und/oder vom Arbeitsplatz ist eine strategische Entscheidung und letztlich eine Frage der Vereinbarung zwischen Teilnehmer und Arbeitgeber. Entscheidend ist aber, dass es im Gegensatz zu Präsenzs Schulungen die kostensparende Flexibilität gibt, das Lernen in anrufschwache Phasen oder gar nicht erst in die Arbeitszeit zu legen. Das erworbene Wissen wird dann in wenigen kurzen Präsenzphasen vertieft. Strategisch und konzeptionell zu Ende gedacht, ist Blended Learning also nicht nur wirtschaftlich sinnvoll, sondern erzielt auch beachtliche Erfolge. Die wichtigsten Voraussetzungen:

1. Portionierung

Die Lerneinheiten aus Webinaren mit Lernchecks und Homeworks müssen klein und für den Teilnehmer überschau-

bar sein, um eine Überforderung von Beginn an auszuschließen.

2. Lernmanagementsystem

Für die Nutzung der inhaltlichen Module ist die Organisation auf Basis eines Lernmanagementsystems unverzichtbar. Hier werden die Module bereitgehalten, die Lerncheck-Ergebnisse der Teilnehmer generiert, gesammelt und aufbereitet, hier findet der Austausch unter den Teilnehmern und mit den Trainern sowie Tutoren statt.

3. Tutoring

Es muss einen oder mehrere Tutoren geben. Diese halten den Lernerfolg der Teilnehmer nach, fördern und fordern. Damit sie das tun können, brauchen sie entsprechende Sanktionsgewalt, sollten also aus dem Unternehmen selbst kommen. Um die Rolle kompetent ausfüllen zu können, ist eine professionelle Vorabschulung, die vor allem den Umgang mit dem Lernmanagementsystem und die Besonderheiten einer Blended-Learning-Schulung vermittelt, zwingend notwendig. Der Tutor muss lernen, das Distance-Learning zu organisieren und den Austausch untereinander zu fördern (kollaboratives Arbeiten).



Die Quadratur des Kreises

4. Ausbildungsinhalte

Produktschulungen können Callcenter häufig ohne externe Unterstützung absolvieren. Mindestens ebenso wichtig sind aber Ausbildungsinhalte, die Softskills von Agents und Führungskräften schulen. Diese Callcenter-E-Learning-Standards sind inhouse in der Regel nicht vorhanden und bis dato auch im Weiterbildungsmarkt Mangelware.

Wenn Organisationen diese strukturellen und konzeptionellen Voraussetzungen schaffen, kann die Quadratur des Kreises gelingen. Das heißt:

Einheitlicher Wissensstand dank Individualisierung

Was zunächst wie ein Paradoxon klingt, ist letztlich eine logische Konsequenz: In kleinen Portionen serviertes Blended Learning lässt ein individuelles Lerntempo zu. Diese Selbstbestimmtheit sorgt für Spaß beim Lernen, der dadurch verstärkt wird, dass gute Webinare sich heute schon am filmischen Erlebnis orientieren und zudem stark interaktiv und spielerisch gestaltet sind. Am Ende der individuellen Lernpfade steht dann der Check, der individuelle Defizite offenbart, Lernstoff-Wiederholungen vorschlägt und

am Schluss in Summe Ausweis eines einheitlichen Wissensstandes unter den Lehrgangsteilnehmer ist. Dass so auch ein nachhaltiger Lernerfolg erzielt wird, ist ein entscheidender Baustein für die Personalentwicklung.

Der Praxiseinsatz dieser neuen Methode hat zudem quasi en-passant noch einen ganz anderen Effekt gezeigt: Sie führt endlich zu einem regen Austausch zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten. Das ist zunächst einmal gut für das Betriebsklima, bedeutet aber letztlich viel mehr. Was Wissensmanagement-Theoretiker schon länger predigen, ermöglicht Blended Learning ganz praktisch: Es macht Wissen greifbar, indem Wissen kommuniziert wird.

Wolfgang Wiencke



Wolfgang Wiencke ist Geschäftsführer der profitel consultant GmbH mit Sitz in Hamburg.

info@profitel.de
www.profitel.de
www.profitel-online.de

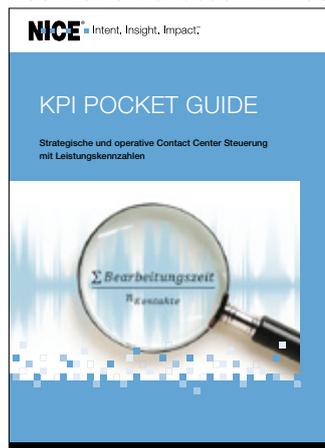


Advertorial

Kompaktes Wissen zum Performance Management im Call Center: NICE veröffentlicht pünktlich zur CCW einen KPI Pocket Guide

Was wird im Contact Center nicht alles gemessen? Statt klassischer BWL-Zahlen tummeln sich dort die spezifischen Customer Service Messwerte wie durchschnittliche Gesprächsdauer, First Call Resolution, Service Level etc. pp. Wohl kaum ein Wirtschaftszweig steht so unter dem Diktat der Zahlen wie das Kundenkontaktmanagement. Aber welche Key Performance Indicators (KPI) sind eigentlich wirklich wichtig? Wie erhebe ich sie und vor allem: Was mache ich, wenn es mal nicht so läuft wie gewünscht? Auf diese Fragen gibt es Antworten in einem KPI Pocket Guide am NICE-Messestand auf der CallCenterWorld.

Das kleine Handbuch im Taschenformat verliert



sich nicht in technischen Details oder komplizierten Berechnungen. Die knappe, übersichtliche Darstellung soll vielmehr den Blick auf das Wesentliche möglich machen.

Neue Möglichkeiten – neue Erkenntnisse

Die technische Weiterentwicklung hat mittlerweile vormals blinde Flecken für das Auge des Contact Center Managements sichtbar gemacht: Dadurch, dass wir heutzutage in der Lage sind, die abertausenden von Kundeninteraktionen systematisch und sogar in Echtzeit zu analy-

sieren, ist eine überschaubare Anzahl von KPIs hinzugekommen, die zu erheben bis vor kurzem noch nicht denkbar war. Diesen „neuen“ Kennzahlen widmet sich dieses Handbuch mehrheitlich.

Gegliedert in die Bereiche „operative Kennzahlen“ und „strategische Kennzahlen“ ist letztlich eine erfolversprechende Auswahl entstanden. Und zwar in dem Sinne, dass die Erfassung und Bewertung dieser Kennzahlen sowie die Steuerung auf der Basis dieser Ergebnisse den Geschäftserfolg von modernen Contact Centern maßgeblich positiv beeinflussen.

Ziel dieses Pocket Guides ist es letztlich, Denkanstöße zu geben und praktische Handlungsempfehlungen auszusprechen. Immer zu dem Zweck, Prozesse zu bewerten und das Performance Management zu optimieren.

Eine Auswahl der behandelten Kennzahlen:

- Wiederholte Anrufe
- Unzufriedene Kunden
- Up-Selling/Cross-Selling
- Verpasste Verkaufschancen
- Gespräche mit Verkaufsabschlüssen
- Durchschnittlicher Umsatz pro Kontakt

Besuchen Sie NICE auf der CallCenterWorld und sichern Sie sich kostenlos Ihr persönliches Exemplar des Pocket Guides. Vereinbaren Sie dazu einfach hier vorab einen Termin am Messestand in Halle 5, Stand A4/B3: bit.ly/nice-termin-ccw



NICE Systems GmbH
Lyoner Straße 44-48
60528 Frankfurt

Sabina Mustica
Sales Director DACH
Tel.: (089) 21 89 06 92
sabina.mustica@nice.com
www.nice.com
www.nice-deutschland.de





Kundenservice in Zeiten von Social Media

Hat das Contactcenter bald ausgedient?

Von Oliver Bohl

Seit einiger Zeit bestimmen zwei Themen die Diskussionen um die Zukunft des Kundenservice: Social Media und Mobile Internet. Wenn man einigen Experten glauben darf, dann revolutionieren Facebook, Twitter & Co. den gesamten Kundenservice. Und Apps auf den Smartphones sollen sogar ganze Callcenter obsolet machen. Zeit also, um sich Gedanken über die Zukunft der Call- und Contactcenter zu machen. Wie müssen sie sich bereits heute technologisch aufstellen, um die Kommunikationsanforderungen von morgen noch erfüllen zu können?

An Facebook führt kein Weg vorbei

Wenn über Social Media gesprochen wird, dann führt kein Weg an Facebook vorbei. Mit über 800 Millionen Nutzern weltweit ist Facebook damit immer noch zehnmal größer als Google+. Selbst im deutschsprachigen Raum haben sich fast doppelt so viele Nutzer bei Facebook registriert wie bei studiVZ. Folgerichtig ist auch Facebook meist die erste Wahl, wenn es Unternehmen darum geht, eine Social Media Strategie umzusetzen. Dies können auch nicht die Schleswig-



Die vernetzte Welt: Das Ende des Contactcenters?

Grafik: Gerd Altmann/pixelio.de

Holsteiner Datenschützer aufhalten, die Unternehmen mit Bußgeldern von bis zu 50.000 Euro von ihren Social Media Aktivitäten abhalten wollen. Als einzige Auswirkung ist bisher festzustellen, dass einige Like-Buttons von Firmen-Websites verschwunden sind.

Serviceanfragen bisher auf geringem Niveau

Ein schönes Beispiel für eine gelungene Social Media Strategie ist der Facebook-Auftritt von L'Oréal Paris Deutschland. Mehr als 122.000 Facebook-Nutzer



Kundenservice in Zeiten von Social Media

haben geklickt, dass sie die Seite mögen und fast 2.300 reden auch darüber. Das Unternehmen postet Aufrufe zu Produkttests und die meist weiblichen Fans diskutieren über Waschcreme, Gesichtswasser und Lippenstifte. Es gibt aber auch klassische Serviceanfragen, beispielsweise wo es ein bestimmtes Produkt zu kaufen gibt oder wo die versprochenen Gratisproben bleiben. Für die Bindung der Konsumentinnen an die Marke ist der Facebook-Auftritt natürlich ideal – die Anzahl der typischen Kundenserviceanfragen hingegen eher marginal.

Ganz anders geht es auf der Facebook-Seite von Telekom-hilft zu. Hier haben die Nutzer die Möglichkeit, Anfragen zu stellen oder einfach ihren Frust abzulassen. Das Telekom-hilft-Team und andere Nutzer kommentieren die Anfragen und bieten Lösungsmöglichkeiten an. Der Servicelevel ist geradezu sensationell: In den Servicezeiten erhalten die Nutzer oft schon innerhalb einer Stunde Antworten auf ihre Fragen – deutlich schneller als bei Email-Anfragen im Contactcenter. Daraus aber das baldige Ende der Contactcenter abzuleiten, erscheint dann doch sehr weit hergeholt. Das 32-köpfige Telekom-hilft-Team bearbeitet an einem normalen Tag gerade einmal 60 bis 70 Anfragen. Demgegenüber stehen

hunderttausende von Anfragen, die von den weit mehr als 10.000 Contactcenter Agenten der Telekom abgearbeitet werden. Es wird wohl eher so sein, wie in den 80er Jahren mit den Telefonanrufen und in den 90er mit den E-Mails: solange es nur wenige sind, können sie von der Telefonzentrale oder einer Fachabteilung bearbeitet werden. Treten die Kontaktanfragen massenhaft auf, dann können sie nur in einer Organisationsform wie in einem Call- oder Contactcenter bewältigt werden.

Beraten Apps wirklich besser?

Es gibt anerkannte Callcenter Experten, die schon im Jahr 2012 mit tektonischen Verschiebungen in der Kundenkommunikation und dem Ende der Callcenter rechnen. Neben den sozialen Netzwerken, wo die Communities ihre Probleme selber lösen, sollen Apps schneller und aktueller Antworten finden als Callcenter Agenten.

Tatsache ist, dass Smartphones und somit auch mobiles Internet stark auf dem Vormarsch sind. Abfahrtszeiten von Bus und Bahn lassen sich genauso einfach ermitteln, wie Öffnungszeiten von Museen und Einkaufsmärkten. Bei aller Begeisterung über die schicken Apps darf man aber nicht vergessen, dass diese Informationen zum großen Teil bereits seit



Kundenservice in Zeiten von Social Media

Jahren im Internet verfügbar sind und bisher noch zu keinem Callcenter Sterben geführt haben. Ein Rückgang von trivialen Standardanfragen wird auch kaum einem Kundenservice-Verantwortlichen schlaflose Nächte bereiten, denn so erhalten die Agenten mehr Zeit, sich um die echten Probleme der Kunden zu kümmern.

Self-Service ist nicht immer besser

Einen Vorgeschmack, wie es aussehen kann wenn Unternehmen die Kommunikation mit den Kunden immer weiter reduzieren, zeigt ein Blick nach Finnland. In dem Land mit nur 15 Einwohnern pro Quadratkilometer wurde die Nutzung von Self-Services über das Internet von den Firmen sehr viel früher und intensiver vorangetrieben als in Deutschland. Bereits Anfang der 2000er nutzten die Finnen schon mobile Dienste über das WAP-Protokoll, also lange bevor Apple die Apps erfand. Nur wenige Jahre später mussten einige Unternehmen feststellen, dass sie immer mehr Kunden verlieren, ohne dass sie sich erklären konnten, warum.

Das Ziel des perfekten Self-Service vor Augen, hatte man die Kommunikationskanäle früh gekappt und konnte so weder kurzfristig nachfragen, warum Kunden abwanderten, noch war man in der Lage, dies durch proaktive Gespräche zu verhindern.

In den letzten Jahrzehnten war die Kundenkommunikation im ständigen Wandel. So entwickelten sich die klassischen Callcenter zu multimedialen Contactcentern, in denen neben Anrufen auch E-Mails, Faxe, Chat-Anfragen und SMS bearbeitet werden. Die Social Media Revolution wird den Wandel weiter vorantreiben und neue Kontaktkanäle wie Facebook, Twitter & Co. ins Contactcenter bringen. Dies führt zu immer neuen Anforderungen an die Contactcenter Agenten und die unterstützende Technik. Virtuelle Contactcenter Plattformen wie die von 4Com unterstützen den Kundenservice dabei durch ihren modularen Aufbau und das bedarfs- und nutzungsorientierte Preismodell. So ausgestattet, kann die Social Media Revolution kommen.

Oliver Bohl



Oliver Bohl ist als Geschäftsführer bei 4Com zuständig für die Entwicklung und den Betrieb der virtuellen Contactcenter

Plattform.

info@4com.de

www.4com.de



CCV Frühjahrstagung

Die Branche trifft sich am 10. und 11. Mai in Berlin – jetzt anmelden!

„Bleibt alles anders?! Innovationen & Bewährtes“ – unter diesem Motto trifft sich die Callcenter Branche am 10. und 11. Mai 2012 in Berlin: Die Frühjahrstagung des Call Center Verbandes lockt wieder mit einem Mix aus zukunftsweisenden Vortragsthemen, exklusivem Networking und attraktivem Rahmenprogramm. Tagungsort ist wie schon im Vorjahr das Leonardo Royal Hotel in der Nähe des Alexanderplatzes. Bei Anmeldung bis zum 18. März gibt es einen Frühbucherrabatt.

Moderiert wird die Tagung in diesem Jahr von Dr. Nils Hafner, Professor für CRM am Institut für Finanzdienstleistungen Zug der Hochschule Luzern. Auch eine Keynote wird Hafner halten. Weitere Keynote-Vorträge kommen vom Autor und Trainer Ulf Posé sowie von der Managementberaterin Helga Schuler.

Ergänzt und bereichert wird das Programm durch Vorträge von Helga Haag (davero dialog GmbH), Thomas Dehler (VALUE5 Dialogmanagement GmbH), Heike Seibt-Lübbe (Institut für Kommunikationsentwicklung), Kai Zuhold (TAS AG) und Prof. Dr. Peter Gentsch (B.I.G. Business Intelligence Group GmbH).



Exklusives Networking in entspannter Atmosphäre: Auch 2012 ist das Leonardo Royal der Tagungsort der Wahl.

Mit Mitglieder- und Frühbucherrabatt zahlen die Teilnehmer nur 555 Euro (zzgl. MwSt.) für das Komplett-Paket.

Die Abendveranstaltung hält eine besondere Überraschung parat, von der nur so viel verraten sei: Sie findet außerhalb der Tagungslocation statt – und die Mutigen sollten ihre Badesachen einpacken ...

Infos und Anmeldung:
www.callcenter-verband.de/home/termine/ccv-fruehjahrstagung-2012



Advertorial

Prozessverbesserung im Call Center

Effizienz per Mausklick

Leistung steigern, Kosten senken, Gewinne erhöhen: Was nach Zauberei klingt, ist mit einer Kundendialog-Lösung möglich. Dabei kommt nicht etwa Software von der Stange oder aus der Cloud zum Einsatz. Sondern es werden viele einzelne Bausteine individuell angepasst und in eine effiziente Anwendung integriert.

Blickt man auf Software für Call- und Servicecenter, so lassen sich erhebliche Potenziale aufzeigen, wie Geschäftsprozesse verbessert werden können. Was an David Copperfield erinnert, ist gelebte Praxis aus vielen Implementierungen: Ressourcen sparen, Leistung steigern, Kosten senken, Wertbeitrag zum Unternehmensgewinn erhöhen. Mit Zauberei hat das nichts zu tun, eher schon mit viel Erfahrung des IT-Dienstleisters und den Voraussetzungen beim Kunden. Weist dessen IT bereits einen hohen Grad an Standardisierung auf, sind das optimale Voraussetzungen. In der Praxis trifft ein Systemhaus aber selten auf solche Idealzustände, weil Kunden heterogene IT-Systeme betreiben und Daten aus verschiedenen Quellen (CRM, ERP) nutzen. Daher muss eine Kundendialog-Software meist an vorhandene Systeme angepasst werden.

Magie der Schnittstellen

Fast jede Kundendialogsoftware ist mehr oder weniger Maßarbeit, weil sie in eine vorhandene technische Infrastruktur integriert wird. Außerdem zeigt die Erfahrung, dass es nicht „das eine“ Feature für jedes Unternehmen gibt, sondern jede Firma andere Anwendungen braucht. Was aber in fast allen Projekten gefragt ist: Alle relevanten Informationen müssen Agenten auf einer klar

strukturierten, übersichtlichen Oberfläche sehen, um schnell und kompetent zu kommunizieren. So lassen sich CTI-Integrationen in die CRM-Lösung ermöglichen oder Unified Communication-Funktionen mit ERP- oder Mail-Systemen wie MS Outlook verknüpfen. Über offene Schnittstellen werden Informationen aus Wissensdatenbanken oder Abrechnungssystemen zusammengeführt. Immer vor dem Hintergrund, dass Medienbrüche zu vermeiden sind. Denn jeder Wechsel der Applikationen kostet viel Zeit. Arbeiten innerhalb einer Maske ist höchst effizient. Ebenso wenn Daten auf einer Oberfläche erfasst und in die angebundenen ERP-Systeme wie beispielsweise SAP zurückgespielt werden.

Standardisierung mag tatsächlich ein „Zauberwort“ sein, doch es gibt gerade bei Kundendialog-Lösungen auch eine Standardisierung in der Vielfalt, weil fast jeder Kunde die für seine Geschäftsprozesse maßgeschneiderten Lösungen braucht. Individualität in effiziente Strukturen zu realisieren, hat mit Hexerei – zumindest im Call Center – nichts zu tun, sondern mit Know-how und Erfahrung.

TeleSys ist ein herstellerunabhängiges ITK-Systemhaus und hat langjährige Erfahrungen in Beratung, Planung, Integration und Service von ganzheitlichen Dialogmarketing-Lösungen. Die von TeleSys entwickelte Lösung TS DialogCenter bildet standardisierte Abläufe im Unternehmen ab und ermöglicht einen optimierten Workflow bei gleichzeitiger Arbeitserleichterung.



TeleSys Kommunikationstechnik GmbH
Industriering 14
96149 Breitengrößbach

Gerhard Förtsch
Geschäftsführer
Tel.: (09544) 925-0
info@telesys.de
www.telesys.de

Besuchen Sie uns auf der CallCenterWorld vom 28.02. bis 01.03.2012 in Berlin, Stand A5 Halle 2.



Gerhard Förtsch





„Weil es so komplex ist“

Herausforderung Raum: Ein Interview mit Sandra und Michael Stüve von der HCD Human CallCenter Design Planungsgesellschaft mbH.

Sandra und Michael Stüve von der HCD Human CallCenter Design Planungsges. mbH haben sich der Planung und Gestaltung von Callcentern verschrieben. Seit 15 Jahren realisieren sie vornehmlich Inhouse Callcenter mit einem ganzheitlichen Gestaltungsansatz.

CCVNews: Callcenter Arbeitsplätze sind anscheinend nicht wirklich beliebt. 20.000 offene Jobs sind doch ein deutliches Zeichen. Woran liegt das?

Sandra Stüve: Callcenter haben immer noch das Image der in Legebatterien gepferchten Massenhaltung von Telefonistinnen und Telefonisten. Das ist traurig, wandelt sich das Tätigkeitsfeld doch derzeit nachhaltig. Und es ist nicht die Wirklichkeit, die wir in unseren zahlreichen Inhouse-Projekten erleben: Da geht es um Qualität. Es wird immer schwieriger Mitarbeiter mit Fach-Know-how und Serviceorientierung zu finden. Es geht darum, Mitarbeiter zu gewinnen und bestmöglich für die Tätigkeit auszustatten, um einen wirklich guten Kundenservice zu bieten. Über alle Kanäle, in allen Medien.

Gutes Stichwort. Was verändert Multichannel-Kommunikation?



Im Interview: Michael und Sandra Stüve von HCD.

Fotos: HCD

Michael Stüve: Multichannel ändert Prozesse und Skills im Center. Aber ein guter Arbeitsplatz, den wir vor zehn Jahren geplant und realisiert haben, ist auch heute in der Regel noch ein passender Arbeitsplatz. Die Verbindung von Kommunikation und Konzentration muss immer dann gewährleistet sein, wenn es um Schriftgut und Telefonie geht. Und da spielt es letztlich nur eine untergeordnete Rolle, ob diese Schriftgutbearbeitung ein Chat in Echtzeit, eine E-Mail oder ein Brief ist. Eine Ausnahme bilden Videochat oder Bildtelefonie: Da geht es dann auch



„Weil es so komplex ist“

vorrangig um das visuelle Erlebnis. Aber in diesem Punkt sind derzeit beide Seiten – Verbraucher wie Callcenter noch sehr zurückhaltend.

Konkret gefragt, was kann der Arbeitsplatzgestalter tun, um die 20.000 Jobs zu besetzen?

Sandra Stüve: Wir können Arbeitswelten – und damit meine ich mehr als den Arbeitsplatz selbst, nämlich das gesamte Center – schaffen, die Lust machen, qualitativ hochwertigen Kundendialog zu leisten. Arbeitswelten, die Spaß machen. Immer wieder erleben wir ganz plastisch im LiveCallCenter auf der CallCenterWorld, das wir planen und realisieren, dass Journalisten in diesem Callcenter stehen und neidisch werden auf diese Arbeitsumgebung. „Wenn meine Redaktionsräume so klasse wären“ hört man da jedes Jahr aus dem Munde dieser wichtigen Multiplikatoren.

Schöne Arbeitsplätze sind also die Zukunftssicherung der Callcenter Wirtschaft?

Sandra Stüve: Nein, sie sind nur ein Baustein und ein Ausweis des Selbstverständnisses des Unternehmens. Außen hui und innen pfui funktioniert nicht. Wer

eine schwäbische Luxus-Karosserie auf die Bodengruppe eines alten Käfers schraubt, schafft damit wahrscheinlich nicht mal den Weg in die nächste Werkstatt. Aber er macht dabei mächtig Eindruck. Und genauso verhält es sich noch mit großen Teilen der Callcenter Wirtschaft. Die Bereitschaft, echte Qualität zu liefern, wird aber steigen, da bin ich sicher. Denn künftig werden es die Service-Experten im Kundendialog sein, die den Marken ihren Wert geben. Das direkte Erleben von Produkten, Leistungen und Marken ist angesichts eines schnellen Austauschs der Verbraucher über Facebook und Co. ein ganz wesentliches Element der Markenpflege. Also müssen hier Profis ran. Und die wollen ordentliche Arbeitsplätze.

Erleben Sie dieses Umdenken schon?

Sandra Stüve: Ja natürlich. Wir arbeiten seit Jahren nur für Unternehmen, die den Wert der Callcenter Leistung hoch schätzen. Nur die denken ganzheitlich, denn es geht nicht um Wohlfühl-Callcenter, sondern um strategisch ausgerichteten Kundendialog.

Apropos ganzheitlich, Sie haben eine HCD Matrix entwickelt, werben jetzt mit einer komplexen Formel. Dabei geht es



„Weil es so komplex ist“

doch letztlich um Tisch, Stuhl, PC und Telefon in einem akustisch optimierten Arbeitsumfeld. Warum so kompliziert?

Michael Stüve: Weil es so komplex ist. Fragen Sie mal einen Callcenter Manager, der sich schon einmal an dieser Aufgabe versucht hat. Oder sich auf seinen Möbellieferanten verlassen hat. Die HCD Matrix ist nichts anderes als eine schematische Darstellung aller Abhängigkeiten zwischen den einzelnen Gewerken. Einfaches Beispiel: Es ist zu warm. Prima, schalten wir die Klimaanlage eine Stufe höher. Plötzlich haben wir ein Brummen im Raum. So wird aus



Gute Callcenter sind heute schon moderne Arbeitswelten

einem Klima-Problem eine Herausforderung für die Akustik. Oder: Lassen wir das Tageslicht draußen, damit sich der Raum nicht erwärmt. Beleuchten wir den Raum

künstlich, brauchen wir jede Menge Strom und erzeugen Wärme im Raum. Aber dafür haben wir dann ja die Klimaanlage. Das ist widersinnig und bringt nur hohe Investitions- und Betriebskosten. Wir müssen also jedes Gewerk im Zusammenhang mit allen anderen betrachten, sonst schmeißt unser Auftraggeber Geld zum Fenster hinaus.

Sandra Stüve: Und wir müssen die Prozesse des Centers im Auge haben: Wer mit wem was womit? Das ist die komplexe Kernfrage: Der Anfang ist eine tiefe Analyse, von der Frage welche Mitarbeiter in welchem Alter beschäftigt sind bis hin zur Frage Nicht-Raucher/Raucher, Brillenträger oder nicht. Welche Schichtmodelle und welche Aufgaben werden im Team gemeinsam und interaktiv gelöst? Erst wenn Kanal- und Mediennutzung, Struktur und Prozessabläufe geklärt sind, kommen die Fragen: Was brauchen die Agents an den Arbeitsplätzen? Wieviele Monitore? Gibt's Wissensdatenbanken oder Aktenordner? Wird nur telefoniert oder auch geschattet? Welchen Anteil hat die Schriftgutbearbeitung – all diese Themen müssen wir durchleuchten, um dann eine effiziente Flächennutzung und gesunderhaltende Arbeitsplätze im Gruppenbüro realisieren zu können.



„Weil es so komplex ist“

Woran lässt sich der Erfolg einer Planung von Ihnen messen?

Sandra Stüve: Fluktuation und Krankenstand sind sicherlich die Klassiker: Vorher und nachher erhoben, wird bei einer Kostenberechnung schnell klar, dass sich die Neugestaltung rechnet.

Michael Stüve: Aber auch Stromverbrauch oder Flächenwirtschaftlichkeit sind zwei Kenngrößen, die handfeste Vorteile bringen. In einem Projekt haben wir es unlängst geschafft, 30 Prozent der anzumietenden Fläche einzusparen, ohne jede Beeinträchtigung der Servicequalität oder der Mitarbeiterzufriedenheit. Sie können sich vorstellen, welche Einsparungen bei Ausbau, Miete und Unterhalt da bei einer Mietfläche im Herzen Frankfurts entstehen. Und deshalb lohnt es sich auf jeden Fall, vorher genau hinzusehen und zuzuhören. Eine gute, ganzheitliche Planung bringt immer entscheidende wirtschaftliche Vorteile und ist in der Summe immer mehr als ein paar Akustik-Maßnahmen oder ein neuer Fenstervorhang. Sie ist im Ergebnis menschenorientiert, effizienzsteigernd und qualitätsfördernd. Das ist unser Anspruch.

Das können Sie mit einer Formel berechnen?

Sandra Stüve: Das war unsere Idee hinter dieser Formel. Wir haben einen Mathematiker gebeten, diese Summe aus Prozessverbesserungen, Motivationssteigerung sowie Qualitäts- und Performanceoptimierung in eine Formel zu gießen. Das Ergebnis ist beeindruckend und beeindruckend kompliziert. Aber die Aussage dahinter ist doch die, dass Design nicht schön oder hässlich ist, sondern, dass Design messbare Wirkungen zeigt. Es geht also nicht um Geschmack, sondern um Ergebnisse. Design ist planbar, reproduzierbar und berechenbar.

Vielen Dank für das Gespräch!

Sandra und Michael Stüve sind Gründer und Geschäftsführer der HCD Human CallCenter Design Planungsgesellschaft mbH.

www.hcd-gmbh.de



Advertorial

QueueControl – Warteschleifen im Internet managen und monitoren

Die TKG Novelle bringt Bewegung in den Telekommunikationsmarkt. Anbieter und Betreiber von Service-Rufnummern arbeiten gemeinsam mit ihren Netzbetreibern an Lösungen für die Umsetzung der kostenlosen Warteschleife. Für die Realisierung von Netzwarteschleifen sind teilweise tiefgreifende Anpassungen an den TK-Strukturen der Call Center notwendig, alternativ stellt die mr.next id mit dem Webtool QueueControl eine Lösung bereit, die einfach zu integrieren und zu bedienen ist.

Die Einführung der kostenlosen Warteschleife erfolgt in zwei Phasen, wobei in der Phase 1 alle Erstwarteschleifen bis zu einer Länge von 120 Sekunden kostenfrei sein müssen. Mithilfe des „Verzögerten Connects“ wird ein Sprachkanal für die Warteschleife genutzt. Erst nach Ablauf der zwei kostenlosen Warteschleifenminuten, bzw. mit der Verbindung zu einem Agenten im Call Center, wird der zweite Sprachkanal aktiv und der Anruf verbunden. Erst mit dieser Verbindung wird der Anruf kostenpflichtig.

Viele Call Center sind nicht in der Lage, über ihre eigenen ACD Systeme ein „Verzögertes Connect“ zu realisieren und erwarten entsprechende Lösungsansätze von ihrem Netzbetreiber, um die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen. Bereits zu Beginn der regulatorischen Diskussion um die kostenlose Warteschleife hat die mr.next id ein umfangreiches Lösungsportfolio für Ihre Kunden entwickelt.

„Vorrangig wollten wir sicherstellen, dass unsere Kunden trotz der Realisierung der kostenlosen

Warteschleife in unserem Netz weiterhin die eigenen ACD Systeme zur Administration und zum Monitoring der Warteschleifen nutzen können“ so der zuständige Produktmanager Jörg Wrissenberg. Allerdings stellte sich schnell heraus, dass einige Call Center die für eine solche Anbindung nötigen Anforderungen nicht erfüllen konnten. Daher wurde mit QueueControl ein Tool entwickelt, um Warteschleifen über das Internet zu administrieren und zu monitoren.

Warteschleifen Konfiguration

Mit QueueControl können Warteschleifen durch den Anbieter ganz einfach konfiguriert und dann aktiviert werden. Verschiedene Warteschleifen-Typen ermöglichen die Nutzung mit und ohne „Verzögertem Connect“; QueueControl kann also auch für Rufnummerngassen genutzt werden, die nicht von der TKG-Novelle betroffen sind.

Die konfigurierten Warteschleifenparameter, wie die maximale Anzahl der Warteplätze oder Einstellungen zur Anrufverteilung auf die Call Center Ziele, können später in Echtzeit angepasst werden. Über ein integriertes Audiomangement können Ansagen administriert und aktiviert werden.

Warteschleifen Monitoring

Über QueueControl lassen sich die wichtigsten Kennzahlen aller eingerichteten Warteschleifen sowie der Zielparameter in Echtzeit auswerten. Neben dem Status Quo werden Vergleichswerte auf Tagesbasis bereitgestellt.



mr. next id GmbH
Mildred-Scheel-Str. 1
53175 Bonn

Tel.: (0800) 444 5454
nextid@mrnetgroup.com
www.mrnetgroup.com



Volles Programm auf der CallCenterWorld

Veranstaltungen von und mit dem Call Center Verband

Der Call Center Verband hält auch in diesem Jahr wieder ein informatives Programm für seine Mitglieder und Interessenten bereit. An gewohnter Stelle, in Halle 4, aber mit neuer Standnummer H18/J17, freuen wir uns auf den Dialog mit Ihnen. Vorab schon einmal die Veranstaltungshinweise.

28. Februar 2012

Zwei der Ende 2011 neu gewählten Vorstände, **Bernd Engel** (Ressort Mitglieder) und **Kent Doğu** (Ressort Qualität), stellen sich ab 9 Uhr am CCV Stand den ausstellenden Mitgliedern vor.

Sportlich geht es ab 11 Uhr auf der Empore in Halle 4 weiter, wenn die CCV Mannschaft ihr erstes Spiel im **Kickerturnier, organisiert vom CallCenterClub**, bestreitet. Für die Mannschaft werden übrigens noch engagierte Mitspieler gesucht.

Letzter Veranstaltungspunkt am Eröffnungstag ist um 16 Uhr das **Auftakttreffen des CCV Arbeitskreises Qualität** mit CCV Vorstand Kent Doğu sowie um 17 Uhr der **Sektempfang**, gesponsert vom CCV Mitglied telequest & Internet Solutions GmbH.



Auch 2012 wieder beste Informationen aus erster Hand am Messestand des Verbandes.

29. Februar 2012

Ab 12 Uhr wird CCV Präsident Manfred Stockmann gemeinsam mit CCV Vizepräsident Manuel Schindler und dem stellvertretenden Bundesvorsitzenden der Kommunikationsgewerkschaft DPVKOM Karlheinz Vernet Kosik über das Thema **„Mindestlohn: Fluch oder Segen für unsere Branche“** diskutieren.

Ab 13 Uhr gehen Manuel Schindler und Sören Schaaf, Datenschutzbeauftragter der TAS AG der Frage **„Bestätigungslösung: Endlich ein Ende der Debatte in Aussicht?“** nach.



Veranstaltungen von und mit dem Call Center Verband

Über die rechtlichen Grundlagen beim **Monitoring** klärt Manuel Schindler ab 14 Uhr am CCV Stand auf. Gemeinsam mit Ulrike Gramlich, Bereichsleiterin Operationsmanagement der Invoco Group, Markus Eckhoff von der almato GmbH und der Datenschutzbeauftragten bei Competence Call Center Karin Albrecht, diskutiert er, ob „Monitoring nach dem aktuellen Gesetzentwurf zum Beschäftigtendatenschutz noch möglich“ ist.

Anschließend bietet Schindler ab 15 Uhr eine **Informationsstunde zur kostenlosen Warteschleife** an. Hierbei unterstützt ihn Axel Gibmeier, Business Development Manager der DTMS Group. Um 16 Uhr stellen Manfred Stockmann, Prof. Dr. Peter Gentsch (HTW Aalen) und Wolfgang Rensky (Tribe Technologies GmbH) die Ergebnisse der Studie „**Social Media Customer Service Readiness**“ vor.

Donnerstag, 1. März 2012

Zum Thema „**Performance Management & Qualität: Kommandobrücke Callcenter im Blick**“ bieten Manfred Stockmann und Ute Kohler, Bereichsleiterin Direkter Kundenservice bei der Berliner Volksbank eG, von 9 Uhr bis 12 Uhr auf dem CCW-Kongress einen Workshop rund um das Thema Steuerung an.

Ab 10 Uhr trifft sich der **Thementisch des CCV Arbeitskreises Inklusion** am CCV Stand in Halle 4. Mit dabei: Arbeitskreisleiter Alfons Bromkamp und die Dozentin für Telekommunikation Elsbeth Pohl-Roux. Nur eine Stunde später folgt der **Thementisch des CCV Arbeitskreises Ausbildung** mit Ulli Dix von Randstad Deutschland GmbH & Co.KG, Joachim Herrmann von CCI GmbH und Heike Kraus von DATEV eG.

Für mehr Informationen zum Thema Inklusion sorgt Elsbeth Pohl-Roux um 13.30 Uhr. Am CCV Stand wird sie erneut ihren Hotspot Vortrag zum Thema „**Die Chance der Inklusion für die Callcenter Branche**“ halten.

Eine **Podiumsdiskussion zum Thema Mindestlohn** findet um 14 Uhr im Messeforum Halle 3 statt. Mitbeteiligt sind Manfred Stockmann und CCV Regionalleiter West (Nord) Udo Schüring, Moderation Jens Jankowski (CCV Regionalleiter West (Nord)). Den Abschluss der CallCenterWorld aus CCV Sicht macht in diesem Jahr der **Thementisch des CCV Arbeitskreises Banken** mit Arbeitskreisleiterin Ute Kohler um 16 Uhr. Vorher erfolgt noch die **Siegerehrung der Young Professionals** um 15 Uhr mit einem Grußwort des CCV Vorstand Finanzen Leo Staub Marx.



Qualität braucht Mitwirkung!

Ein Aufruf von Kent Doğu, Vorstand Qualität im CCV

Auf Initiative des im November 2011 neu gewählten CCV Vorstandes Qualität Kent Doğu wird der Arbeitskreis Qualität im Jahr 2012 mit dem Motto „Qualität aus Leidenschaft“ in eine neue Runde starten. Lesen Sie hier seinen Aufruf.

Wie die Studien der letzten Jahre immer wieder belegen, wird das Thema Qualität von den meisten Managern der Callcenter als der Dauerbrenner genannt.

Der Vorstand des CCV und ich als für die Qualität verantwortliches Vorstandsmitglied erachten es nicht nur deshalb als wichtig, zum Thema Qualität einen CCV Arbeitskreis mit dem Motto „Qualität aus Leidenschaft“ zu gründen.

Wir schlagen vor, dass der Arbeitskreis im ersten Schritt gemeinsam die Vorgehensweise der einzelnen Callcenter zur Qualitätskontrolle und -verbesserung beleuchtet (Bestandsaufnahme) und feststellt, welche Probleme den meisten Mitgliedern unter den Nägeln brennen. Unser erstes Ziel sollte sein, für diese Problemthemen gemeinsam Lösungen auszuarbeiten.

Als nächsten Schritt können wir die Zusammenarbeit mit den Betriebsräten und

ggf. Gewerkschaften beim Auf- und Ausbau von Qualitätssicherungsmaßnahmen zum Ziel setzen. Bestimmt interessiert es jeden von uns, welche Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit den Betriebsräten hierzu gesammelt werden konnten. Welche Randbedingungen müssten berücksichtigt werden, wie könnte den unterschiedlichen Interessen (gesetzlicher Rahmen, Datenschutz, Mitarbeiterinteressen, Firmenziele, Kundenforderungen etc.) genüge getan werden.

Nachdem wir ein Bild aus den Erfahrungen gewonnen haben, sollten wir unsere Vorgehensweise abstimmen, wie wir effizient die Betriebsräte und Gewerkschaftsvertreter in unseren Arbeitskreis integrieren können. Unser Ziel sollte es sein, gemeinsam eine erste Anleitung bzw. Empfehlung mit ggf. Fallbeispielen auszuarbeiten, die bei der Einführung verschiedener Qualitätsmaßnahmen heran gezogen werden kann.

Wir bitten alle Mitglieder, sich für den AK Qualität zu melden und aktiv mitzuwirken.



Kent Doğu

Die konstituierende Sitzung findet am 28.02.2012 um 16 Uhr am Stand des CCV auf der CCW statt. Seien Sie dabei!



Der CCV im LiveCallCenter

Datenschutz, Zertifikate und Inklusion: CCV bringt sich mit Hotspot-Vorträgen im LiveCallCenter ein.

Schon zum sechsten Mal in Folge ist der Call Center Verband Qualitätspartner des LiveCallCenters von CallCenterWorld-Veranstalter Management Circle und Mit-Initiator HCD. In der CCV Lounge repräsentiert er vor Ort die Branche, vor allem gegenüber Medien und Politik.

In State-of-the-Art-Kulisse, aber vor allem, um die realen Bedingungen zu zeigen, leistet der Verband Aufklärungsarbeit. Bis zum Redaktionsschluss hatte ein Mitglied des Bundestages sein Kommen signalisiert: Erik Schweickert (FDP) wird am 1. März von 15 bis 16 Uhr vor Ort sein. Im Vorfeld hatte der Verband allen kontaktierten Politikern angeboten, sich selbst ans Telefon zu setzen und ihre eigene Bürgersprechstunde zu veranstalten. Darauf wird Schweickert verzichten.

Auch an den Hotspot-Vorträgen beteiligt sich der CCV – sowohl als Qualitätspartner, als auch als Branchenvertreter greift er brennende Fragen auf, die dem Call-CenterWorld Motto „Mittelpunkt Mensch“ entsprechen.

Am 28. Februar referiert CCV Präsident Manfred Stockmann um 10 Uhr zum Thema „Personenkompetenz-Zertifikate“.



Das LiveCallCenter 2012

Plan: © HCD Human CallCenter Design Planungsgesellschaft mbH

Er wird über Zertifikatsprüfungen für Agenten, Teamleiter und Callcenter Manager berichten. Um 13.30 Uhr und am 29. Februar um 10 Uhr hält CCV Vizepräsident Manuel Schindler einen Hotspot-Vortrag zum Thema „Der gläserne Kunde/Mitarbeiter“. Sein besonderes Augenmerk liegt auf dem Thema Datenschutz im Callcenter. Eine weitere Facette zum Thema „Arbeiten im Callcenter“ bietet Elsbeth Pohl-Roux. Sie wird am 29. Februar um 13.30 Uhr einen Hotspot-Vortrag zum Thema „Die Chance der Inklusion für die Callcenter Branche“ halten.



Advertorial

Aufgepasst: Die 4Com Highlights auf der CallCenterWorld!

Als Spezialist im Bereich Mehrwertdienste und Servicrufnummern bietet 4Com Lösungen zur Umsetzung **kostenfreier Warteschleifen**. Mit den Lösungen „Wartefeld im Netz“ und der 4Com Virtual ACD machen Sie Ihre 0180-er Nummer fit für die kommenden Gesetzesänderungen. Alternativ wechseln Sie auf eine kostenfreie 4Com 0800 oder geografische Servicrufnummer.

Die **Social Media Lösung** von 4Com ermöglicht die Einbindung von Facebook & Twitter in den CC-Alltag. Nachrichten aus dem Social Web werden via **4Com ERMS** automatisch vorqualifiziert und verteilt. Das System ermöglicht eingehende E-Mails zu klassifizieren, die Inhalte zu interpretieren, zu verteilen und automatische Vorschläge zu deren Beantwortung zu generieren.

Das 4Com **Call-Center-Cockpit** ist ein Steuerungs- und Analysetool für Ihre 4Com Module und eigenen CC-Datenquellen. Sie erzeugen, gestalten und analysieren Ihre individuellen Statistiken und haben alle Daten stets im Blick – mobil oder auf Ihrem PC. Funktionen: Statistik- & Grafikgenerator, individuelle Wallboard- & Supervisor-Ansichten, Intraday-Steuerung.

Mit dem **360°-Quality-Management** von 4Com können Sie Ihre Servicequalität ganzheitlich messen und optimieren. Das Besondere ist die Zusammenführung des internen und externen Serviceempfindens durch die Module autom. Kundenbefragung, Gesprächs- & Bildschirmaufzeichnung, Monitoring, Gesprächsbewertung und Kennzahlenanalyse.



4Com GmbH & Co. KG
Hamburger Allee 23
30161 Hannover

Tel.: 01802 90 20 90 - 00
info@4com.de
www.4com.de

Mehr auf www.4Com.de
oder der CCW,
Halle 4 – Stand C4!



Advertorial

„ECCCO Contact Centre:Certification“:

Wettbewerbsvorsprung durch Zertifizierung

Anhand eines anerkannten Zertifikates lässt sich ein hochwertiger Service Ihres Contact Centers nachweisen nachweisen und verschafft so auch einen Marktvorteil. Details unter: www.cc-certification.org.

Um den Qualitätsstandards der Branche gerecht zu werden, gibt es seit 2009 eine Europäische Norm, die EN 15838, welche den Benchmark für die Contact Center Branche vorgibt. Verschaffen Sie sich einen Überblick zur **Zertifizierung ECCCO EN 15838**.

Kommen Sie mit uns persönlich ins Gespräch
Besuchen Sie uns auf der Fachmesse **CallCenterWorld 2012** vom 28. Februar bis 1. März 2012

in Berlin. Vereinbaren Sie jetzt gleich einen kostenlosen Beratungstermin auf unserem Messestand (HALLE 3, Stand A5) und sichern Sie sich einen **Gutschein** für Ihren kostenfreien Besuch der Messe für Call Center Management. Wenden Sie sich dazu einfach an Frau Gabrijela Grujin. **Erleben Sie** am 28. Februar um 15.00 Uhr **live** die Übergabe der Zertifizierung



ECCCO EN 15838 an den Marktführer **Walter Services** direkt bei uns am Stand auf der Call-CenterWorld und gewinnen Sie dabei Einblicke in den daraus gewonnenen Nutzen.



Austrian Standards plus
GmbH
Heinestraße 38
A-1020 Wien

Gabrijela Grujin
Tel.: +43 1 213 00-814
gabrijela.grujin@as-plus.at
www.cc-certification.org



CallCenterWorld-Pressekonferenz: Erstmals Callcenter Zahlen für Europa

Auf der diesjährigen CallCenter-World-Presskonferenz am 28. Februar ab 13.30 Uhr werden erstmals in der Geschichte des Kundenservice Branchenzahlen für den europäischen Callcenter Sektor vorgestellt.

Vincent Vanden Bossche, Präsident des europäischen Callcenter Verbandes

ECCCO und Frank Verkinderen, Managing Director, Mass bvba, stellen den European Contact Center Benchmark vor.

CCV Präsident Manfred Stockmann berichtet über die Situation in Deutschland und Jutta Wolf, Mitglied der Geschäftsleitung der Management Circle AG hat Zahlen, Daten und Fakten zur 14. CallCenterWorld.

Advertorial

Wirtschaftlicher weiterbilden!

Führungs- und Steuerungskompetenz „nebenbei“ erwerben

Die **profiTel consultpartner GmbH** bietet **2012 einen methodisch und inhaltlich komplett neu aufgestellten Lehrgang für Callcenter-Team-Manager an. (Angehende) Callcenter-Führungskräfte lernen darin (u.a.): die operative Teamsteuerung mit Kennzahlen, Grundlagen der Personalführung und -motivation sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen – und zwar quasi nebenbei.**

Der gesamte Blended-Learning-Kurs umfasst über 25 multimedial gestaltete, tutoriell begleitete Distance-Learning-Module und 5 Präsenztage. Anmeldungen sowohl für den Frühjahrslehrgang (Beginn im März 2012) als auch für den Herbstlehrgang (August 2012) sind ab sofort möglich.

Die Distance-Learning-Module vermitteln in tutorbegleiteten Webinaren – ergänzt um interaktive Übungsmodule sowie Lernchecks und Homeworks – alle wesentlichen Inhalte, die dann in den Präsenztagen in die Praxis umgesetzt und vertieft werden. Damit die Teilnehmer nicht länger als notwendig vom Arbeitsplatz fernbleiben, erfolgen die 1- bis 1,5-tägigen Präsenzeinheiten jeweils an einem Freitag bzw. Freitag und Samstag.

Alle Informationen und Termine des Kurses „Führungs- und Steuerungskompetenz für Team-Manager und Führungskräfte im Call- und Servicecenter“ finden Sie hier: bit.ly/profitel-kurs



profiTel consultpartner
GmbH
Goßlers Park 11
22587 Hamburg

Tel.: (040) 89 79-2000
info@profitel.de
www.profitel.de
www.profitel-online.de





Call Center Club: „Tue Gutes und sprich darüber“

„Tue Gutes und sprich darüber“ hat sich der Call Center Club auf die Fahnen geschrieben, denn die Callcenter Branche hat immer noch das Problem der unzureichenden „Selbstvermarktung“. Wir produzieren zu wenig positive Schlagzeilen, obwohl Servicemitarbeiter Tag für Tag erstklassige Dienstleistungen erbringen.

Viele Herausforderungen stehen den Unternehmen im Callcenter Umfeld bevor. Muss nun jedes Unternehmen das Rad für sich neu erfinden? Warum profitieren wir nicht alle Miteinander vom Erfahrungsaustausch? Warum nutzen wir in dieser Kommunikationsbranche nicht besser unser vorhandenes Netzwerk? Der Call Center Club möchte gemeinsam mit vielen der 12.000 Mitglieder während und gerade auch nach der CallCenterWorld

2012 dazu beitragen, dass ein sogenanntes „Wir-Gefühl“ – ein besseres Selbstverständnis – entsteht.

Mit Club-Aktivitäten wie unserer „Kicker-Road-Show“ auf der CallCenterWorld 2012 und der Call Center Innovations Tour 2012, mit einem „Public Viewing“ für Club-Mitglieder am 13. Juni beim EM-Vorrundenspiel unserer DFB-Elf gegen die Niederlande, beim ersten „Call Center Club Open Golf Turnier“ am 21. September und einer „Club Poker Night“ werden wir viele Net(t)working-Veranstaltungen anbieten, bei denen zum einen der Spaß im Vordergrund steht, aber zum anderen auch der Austausch der Mitglieder untereinander nicht zu kurz kommen wird.

Wir freuen uns Sie dort wiederzusehen. Sie sind herzlich eingeladen!



Informationen zu aktuellen Terminen (Events, Workshops und Club-Meetings) finden Sie auf callcenterclub.de

Umfrage und Studie: „Work at Home“

Ist das Modell der Arbeit von zu Hause eine Kompromisslösung, etabliert es sich als reale Alternative oder sinnvolle Ergänzung zum Büroarbeitsplatz?

Unter dieser Fragestellung entwickeln Studierende der Universität der Künste Berlin im Rahmen ihrer Abschlussarbeit

Konzepte zur Etablierung von Work at Home-Unternehmen. Weil das Arbeiten von Zuhause aus auch im Kundenkontakt eine immer größere Rolle spielt, sind auch Callcenter Mitarbeiter aufgerufen, sich noch bis zum 17. Februar an der Umfrage zu beteiligen:

<http://ww3.unipark.de/uc/workathome>

Termine

CCV VERANSTALTUNGEN

Regionaltreffen Süd

am 22. März 2012 in München

Regionaltreffen West (Nord)

am 17. April 2012 in Hannover

CCV Frühjahrstagung

vom 10. bis 11. Mai 2012 in Berlin

www.callcenter-verband.de

NATIONALE VERANSTALTUNGEN

CallCenterWorld 2012

vom 27. Februar bis 1. März 2012 in Berlin

www.callcenterworld.de

ServiceExzellenz-Konferenz 2012

am 1. März 2012 in Frankfurt/M.

www.tuev-sued.de

Call Center Innovations Tour

am 3. Mai 2012 in München

am 8. Mai 2012 in Hamburg

am 24. Mai 2012 in Leverkusen

www.ccit-online.de

INTERNATIONALE VERANSTALTUNGEN

TAS AG: Seminarreise nach Peking

vom 18. Mai bis 23. Mai 2012

www.tasag.de/academy/communication-camp

CALLCENTERWORLD AKADEMIE

Der Call Center Teamleiter – mit Fachzertifikat

vom 24. bis 26. April 2012 in Frankfurt/M.

www.ccw-akademie.de



We set the standard in workforce optimisation.
Then we raised it.
Five times.

IMPACT 360® Workforce Optimisation™

Voice of the Customer Analytics | Quality Monitoring | Recording
Workforce Management | Desktop and Process Analytics
Performance Management | eLearning | Coaching

Introducing the Market's First 5th Generation Workforce Optimisation Solution. Since 2005, Verint® Systems' Impact 360® Workforce Optimisation™ suite has helped redefine customer service by bringing key contact centre functions together on a single platform. Now, this 5th generation solution is setting new standards for:

- ▶ Real-time enterprise collaboration
- ▶ Total cost of ownership
- ▶ Depth of functionality
- ▶ Navigation and ease of use
- ▶ Simplified system administration

Learn how Impact 360 can give your organisation visibility into what customers think, want and need—and how effectively you're delivering it. It's *Intelligence in Action*.™ Visit www.verint.com or call +44 (0)1932 839500.

VERINT®