

Hinweis: Der Onlinefragebogen ist so gefiltert, dass Sie nur die Fragen gestellt bekommen, die für Ihr Unternehmen relevant sind – Sie müssen also in keinem Fall alle Fragen beantworten. Die hier dargestellte Version ist die Komplettversion mit allen maximal möglichen Fragen.

## A Allgemeine Angaben

1. Welche Art eines Service- oder Callcenters betreiben Sie?
2. Welche Kontaktarten bearbeitet Ihr Callcenterstandort überwiegend?
3. Welche Kontaktrichtung bearbeitet Ihr Callcenter im Schwerpunkt?
4. Wie lautet die Branchenzuordnung Ihres (Mutter-)Unternehmens bzw. des durch Sie betreuten Kunden, der diesem Fragebogen zugrunde liegt?
5. Wie viele Seats haben Sie in den einzelnen Bundesländern bzw. im Ausland?
6. Für wie viele Standorte füllen Sie diesen Fragebogen aus?
7. Wie lange besteht Ihr Service- oder Callcenter bereits?
8. Wie viele FTEs/MAK bzw. Heads beschäftigt Ihr Unternehmen? Wie viele FTEs/MAK bzw. Heads beschäftigt Ihr Callcenterstandort?  
überwiegend Inbound
9. überwiegend Outbound
10. Inbound- und Outboundkontakte gemischt
11. BPO
12. Community / Social Media
13. Wie ist der Umfang der Service-Zeiten an Ihrem Callcenterstandort?
14. Haben Sie abweichende Service-Zeiten in anderen Ländern?
15. Wie viel Umsatz generiert Ihr Unternehmen im Jahr?
16. Ist Ihr Unternehmen Mitglied in Branchenverbänden?
17. In welchen Branchenverbänden sind Sie Mitglied?

## B Kontaktabwicklung und Servicezahlen

1. Wie hoch ist das Inbound-Vorgangsvolumen/Jahr in Ihrem Unternehmen?
2. Welchen Anteil am Gesamtvolumen des Umsatzes hat hierbei die Telefonie als Eingangsmedium?
3. Wie viel Prozent vom Nicht-Telefonie-Anteil entfällt dabei auf Social Media/Chat/Community?
4. Wird die Anzahl eingehender Calls in Ihrem Callcenter nach Ihrer Einschätzung in Zukunft zunehmen, abnehmen oder wird sie gleichbleiben?
5. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Zunahme der eingehenden Calls?
6. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Abnahme der eingehenden Calls?
7. Was denken Sie? Wird die durchschnittliche Gesprächsdauer in Ihrem Callcenter in Zukunft zunehmen, abnehmen oder wird sie gleichbleiben?
8. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Zunahme der durchschnittlichen Gesprächsdauer?

9. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Abnahme der durchschnittlichen Gesprächsdauer?
10. Wird die Bearbeitung von Social Media in Ihrem Callcenter in Zukunft zunehmen, abnehmen oder wird sie gleichbleiben?
11. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Zunahme der Bearbeitung von Social Media?
12. Welche technischen Hilfsmittel setzen Sie ein?
13. Mit welchen Inbound-Aufgabenstellungen befasst sich Ihr Callcenterstandort?
14. Wie lauten Ihre Servicestatistik-Kennzahlen für den telefonischen Anfrageeingang (1. Level)? Bitte nennen Sie Ihre „Soll“-Vorgaben für 2015.
15. Wie lauten Ihre Servicestatistik-Kennzahlen für den telefonischen Anfrageeingang (1. Level)? Bitte nennen Sie Ihre „IST“-Werte für 2015.
16. Wie viele Anliegen/Anfragen werden bei Ihnen im Self-Service, also mit erheblicher technischer Unterstützung bearbeitet?
17. Wie viele Anliegen/Anfragen werden bei Ihnen ganz ohne menschliche Beteiligung bearbeitet?
18. Erwarten Sie, dass bis zum Jahr 2020 Anrufe in Ihrem Service Center durch technische oder sonstige Errungenschaften überflüssig werden?
19. Wie hoch ist das Outbound-Callvolumen/Jahr in Ihrem Unternehmen?
20. Wird die Anzahl abgehender Calls in Ihrem Callcenter Ihrer Einschätzung nach in Zukunft zunehmen, abnehmen oder wird sie gleichbleiben?
21. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Zunahme der Calls?
22. Welches sind nach Ihrer Meinung die wahrscheinlichen Gründe für die Abnahme der Calls?
23. Mit welchen Outbound-Aufgabenstellungen befasst sich Ihr Callcenter? Welche Aufgabenstellungen sind dabei am wichtigsten?
24. Vergeben Sie Aufträge für Callcenterdienstleistungen an externe Unternehmen/Subunternehmen?
25. Welche Ziele verfolgen Sie mit diesem Outsourcing?
26. Wie schätzen Sie den Trend beim Thema Outsourcing ein?
27. Bieten Sie fremdsprachigen Service bzw. fremdsprachige Calls an?
28. In welchen Fremdsprachen bieten Sie Service bzw. Calls an?

## **C Betriebskosten/Kostenstruktur**

1. Wie hoch waren die Kosten Ihres Callcenterstandortes für 2015?
2. Wie hoch ist der Anteil der Personalkosten am Gesamtumsatz?
3. Wie hoch ist der durchschnittliche Stundenlohn eines Agenten an Ihrem Callcenterstandort?
4. Wie hoch ist Ihr Jahresbudget für Coaching/Schulungen?
5. Agieren Sie als „Cost Center“ oder als „Profit Center“?

## D Ausblick

1. Welche Gründe wären für Sie ausschlaggebend bei der Suche nach einem neuen Standort?
2. Welche grundsätzlichen Entwicklungen im Gebiet der Customer Care-Services erwarten Sie bis 2020?
3. Sehen Sie auch einen Trend von Ansiedlungen bzw. Umzügen von Callcentern aus den Neuen Bundesländern in die Alten Bundesländer?
4. Sehen Sie in Westdeutschland das Ruhrgebiet als einen aktuellen bzw. kommenden Schwerpunktstandort?
5. Welche Gründe sehen Sie für das Ruhrgebiet als einen aktuellen bzw. kommenden Schwerpunktstandort?
6. Sehen Sie ein anderes Bundesland zukünftig als Schwerpunktstandort?
7. Wird es Ihrer Meinung nach künftig eine Verlagerung ins benachbarte Ausland geben?
8. Wie viel Prozent der Anfragen werden Ihrer Einschätzung nach bis 2020 nur durch technische Hilfsmittel gelöst werden?
9. Glauben Sie, dass die Service- und Callcenter-Branche richtig aufgestellt ist?
10. Welche Kritikpunkte oder Verbesserungsmöglichkeiten sehen Sie?
11. Wie schätzen Sie das Berufsbild des Dialogkaufmanns / der Servicefachkraft für Dialogmarketing ein?