

Das Call Center der Zukunft wird gerade erfunden

Pressemitteilung von: **Bolzhauser Aktiengesellschaft**

Datum: **01.09.2008 – 23:04 Uhr**

Rubrik: **Wirtschaft**

(fair-NEWS) – Auf die Dienstleistungsqualität kommt es an

Sind Call Center die Kommunikationsplattformen von morgen? Wer meint, in Beruf und Freizeit nur selten mit Call Centern zu tun zu haben, irrt. Denn Call Center sind längst Teil des Wirtschaftens geworden. Wer bei der Arbeitsagentur in München anruft, um einen Termin mit seinem Vermittler auszumachen, landet in einem Call Center in Rosenheim. Die Mitarbeiter planen den Gesprächstermin, informieren den Vermittler und hinterher auch den Klienten. Dem Vermittler wird Bürokratie abgenommen, den Klienten sieht er erstmals beim persönlichen Gespräch. Die meisten Kunden wissen gar nicht, dass sie nicht direkt bei der Arbeitsagentur ihren Termin vereinbart haben. Das ist auch nicht wichtig, denn das Call Center ist defacto Teil der Arbeitsverwaltung. Klient und Arbeitsberater profitieren, wenn die Abläufe problemlos klappen.

Worum geht es bei Dienstleistungsqualität im Call Center?

"Der Begriff Qualität wird im sprachlichen Gebrauch oft wertend eingesetzt, was aber der korrekten Bedeutung folgend nicht richtig ist", erläutert der Prozessspezialist Marcus Bolzhauser von der Bolzhauser AG aus Ochtendung in Rheinland-Pfalz. Das Unternehmen optimiert den Ablauf in Call Centern. Orientierungspunkte sind die deutsche Norm EN ISO 9000:2005 und die amerikanische IEC 2371. Beide Verfahren beschreiben die Übereinstimmung zwischen den festgestellten Eigenschaften und Anforderungen an eine Betrachtungseinheit. Die Bundesregierung will die Qualität im Call Center-Bereich regeln. Die Europäische Union plant, Abläufe in Call Centern europaweit zu zertifizieren. "Dabei ist Qualität, die Erbringung oder Einhaltung von zugesagten Leistungsmerkmalen, das Mindeste, was man erwarten darf", fordert Bolzhauser.

Schlechte Qualität ist in Call Centern keine Ausnahme

Es wäre heute kaum vorstellbar, dass in einer Autofabrik lediglich 80 Prozent aller produzierten Fahrzeuge den Qualitätsvorgaben entsprechen. Dieser Hersteller hätte keine Chance auf dem heiß umkämpften Markt. Doch in vielen Call Centern ist schlechte Qualität mehr die Regel als die Ausnahme. "Im Call Center-Bereich konnte selbst unter einfachsten Voraussetzungen gerade mal in 80 Prozent der Fälle eine festgelegte Qualitätsdefinition erreicht werden", berichtet Bolzhauser. Lange Wartezeiten bei Telefonanrufen, fehlende Informationen sowie mangelndes Know-how der Agents sind nur einige Beispiele dafür, dass der Ruf nach mehr Qualität in Call Centern nicht verstummt. Die Branche setzt auf standardisierte Prozesse im Dienstleistungssektor. "Die Dienstleistung der Zukunft wird nur dann wirtschaftlich erbracht werden können, wenn die Abläufe in Call Centern kostenoptimiert abgewickelt werden", ist sich Prozessspezialist Bolzhauser sicher. Sein Programm setzt mit einer Ist-Analyse ein. Dabei analysieren Spezialisten der Firma zuerst die produktionsbezogenen, dann die vorgangsbezogenen Prozesse. Parallel dazu laufen spezielle Workshops mit den verantwortlichen Mitarbeitern des Auftraggebers.

Die Wertschöpfung steckt in den produktionsbezogenen Prozessen

Innerhalb der produktionsbezogenen Prozesse stellt das Bolzhauser-Team das Leistungsmanagement, die Produktionsplanung und Steuerung, die Zeitwirtschaft und die

Abrechnung um. Dann wird das Leistungsdatenmanagement verbessert. Wichtig ist, dass alle relevanten Kennzahlen, die das Unternehmen für seine betrieblichen Entscheidungen braucht, definiert und jederzeit aktuell abrufbar sind. Wie bei der industriellen Fertigung wird die Produktion geplant und gesteuert. Die Mitarbeiter sind dabei "Produktionsfaktoren", die kosteneffizient eingesetzt werden. Beim Feintuning geht es darum, Soll-Ist-Abweichungen in der Planung auszugleichen. Alle Daten zur Abrechnung und Steuerung der Call Center Agents müssen erfasst werden.

Kennzahlen sind wichtige Indikatoren, um kostengünstig qualitativ gute Dienstleistungen zu erzielen: Servicelevel, Produktivität, Planungs- und Steuerungsgüte, Verkaufsquote, Prozesszeiten oder Anwesenheitszeiten sind solche Leistungsdaten.

Alle Prozesse werden standardisiert und dokumentiert. Eigens dazu geschulte Mitarbeiter prüfen in regelmäßigen Abständen, inwieweit diese Prozesse eingehalten werden und passen sie an die Unternehmenssituation an.

Während bei der Produktion von Sachgütern ein konstanter Qualitätsbegriff festgelegt werden kann, fällt dies bei Dienstleistungen schwer. Hier weicht der Prozess oft von der Norm ab, was an äußeren Umständen oder auch am Kunden selbst liegen kann. Die Lösung ist der sogenannte kybernetische Qualitätskreislauf. Dabei wird im ersten Schritt ermittelt, welche Anforderungen der Kunde an die Dienstleistung im Call Center stellt. Daraus wird die Qualitätsdefinition abgeleitet, die in die Planung und Konzeption der Dienstleistungsprozesse einfließt.

Einsparungen erfordern klare Vorgaben

Die vorgangsbezogenen Prozesse beinhalten beispielsweise Anfragen von Anrufern, Änderungen in den Adressen und die Annahme von Aufträgen. Aber auch Einwände der Anrufer zu Rechnungen und das Beschwerdemanagement gehören dazu.

Kunden- und Lieferantenbeziehung zwischen Auftraggeber und Dienstleister werden klar definiert und geregelt. Welche Dienstleistung ist zu erbringen? Was gilt es hinsichtlich der Qualität zu beachten? Welcher Servicelevel soll erbracht werden? Welche Durchlaufzeiten gilt es einzuhalten? Wie erfolgt das Reporting, wie die Abrechnung?

Viele Auftraggeber formulieren unklare Vorgaben, welche konkreten Dienstleistungen vom Call Center zu erbringen sind. Nicht selten übergibt der Auftraggeber unstrukturierte Aufträge und hofft, in kürzester Zeit vom Dienstleister durchgestylte und optimierte Lösungen zu erhalten. Dies ist ein Trugschluss. Der Outsourcingpartner kann Dienstleistungen oft kostengünstiger erbringen als der Auftraggeber und Abläufe rationalisieren. Die Prozesse bleiben aber davon unberührt. "Werden diese Prozesse organisiert, strukturiert und dokumentiert und alle Mitarbeiter dazu geschult, sinkt die Bearbeitungszeit. Bis zu zehn Prozent der Kosten können hier eingespart werden", erläutert Marcus Bolzhauser.

Menschen sind Botschafter von Qualität

Union Investment ist die Fondsgesellschaft des genossenschaftlichen Finanzverbundes und liefert diesem Vertriebskanal über 260 Publikumsfonds. Mehr als 1.200 Volks- und Raiffeisenbanken und zirka 4,5 Millionen Privatanleger generieren im Kundenservice jährlich 1,7 Millionen Kundenkontakte. Martin Werner, Leiter Qualitätsmanagement Union Investment Privatfonds GmbH berichtet in seinem Artikel "Qualitätsmessung im Wandel der Zeit" (erschieden im Heft "Dienstleistungsqualität 1" der Bolzhauser AG anlässlich der Call Center World 2008), dass Union Investment bei seinen detaillierten Analysen festgestellt hat, dass "der Faktor Mensch" im Service-Kontakt eine zunehmende Wichtigkeit erlangt. "Freundlichkeit, Kompetenz und Qualität der angebotenen Lösungsmöglichkeit können nur von Menschen erbracht werden." Es geht darum, das strategische Ziel Kundenbegeisterung in den Mittelpunkt zu stellen und die Maßnahmen hierauf entsprechend auszurichten. Bei der Evaluation ist nachhaltiges Denken gefragt: "Erst die kontinuierliche Messung über mehrere Jahre ermöglicht valide Aussagen zur Entwicklung der Kundenzufriedenheit und -bindung," erläutert Werner: "Ziel ist es, dauerhaft eine verlässliche Qualität gegenüber dem Kunden zu erbringen."

"Es ist tatsächlich Zeit umzudenken," stellt der Prozessspezialist Marcus Bolzhauser fest. Sein Ziel: "Made in Germany als Inbegriff einer Wertarbeit sollte auch für den Dienstleistungsbereich gelten."

(7.639 Zeichen, mit Leerzeichen)

· Homepage: www.bolzhauser.de

· **Kontakt**

Bolzhauser Aktiengesellschaft
Hauptstraße 19
56299 Ochtendung
Deutschland
Telefon: 02625/957006

· **Pressekontakt**

kozub Vertriebs- & Marketing-Beratung
Frau Conny Kozub
Tel: 09187/902714
Fax: 09187/902715
Email: conny.kozub@kozub-beratung.de
www.kozub-beratung.de

· **Unternehmensinfo**

Die Bolzhauser AG mit Sitz in Ochtendung bei Koblenz und Tochterunternehmen in Leipzig und Solingen, wurde 1994 gegründet und ist auf die Bereiche Prozess- und Qualitätsmanagement und auf Optimierung und Reorganisation von Unternehmens-Einheiten spezialisiert. Das Unternehmen mit über 40 Mitarbeitern ist überwiegend für die Dienstleistungsbranche, für Customer-Care- und Call-Center-Organisationen tätig.

Der **Link** zu dieser Meldung: <http://24pr.de/u/s01m>