

CALL CENTER

konkret

Fachzeitschrift für Call Center Lösungen im kundenorientierten Unternehmen

Contact Center

Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor



PDF-Sonderdruck für:

4Com

Neu: Innovatives Kundenbefragungskonzept

Automatisierte Kundenbefragungen von 4Com bieten neue und preiswerte Möglichkeiten in vielen Bereichen:

Servicequalitätsmessung im
Call Center (Qualitäts-Check): 2

Kundenbefragungen für
Marketing & Vertrieb (Kunden-Check): 4

Telefon-Gewinnspiele mit integrierter
Kundenbefragung (Markt-Check): 4

CALL CENTER konkret

Herausforderung Qualitätsmanagement

In den letzten Jahren stand beim Thema Call Center häufig die Nutzung modernster Technologien im Mittelpunkt der Diskussionen. Nun aber gewinnen zunehmend Fragen nach der Qualitätssicherung und dem Qualitätsmanagement an Bedeutung. Denn viele mussten erfahren, dass die Schaffung moderner technischer Voraussetzungen im Call Center-Betrieb zwar notwendig sind, aber nicht Garant für eine hochwertige Organisation sein können. Heute weiß man, dass „Wettrüsten“ und hohe Investitionen in High-Tech-Anlagen nicht automatisch den gewünschten Erfolg bringen.

Die Qualität in der Kommunikation, die Servicebereitschaft sind Aspekte, die zukünftig mehr und mehr in den Mittelpunkt erfolgreicher Unternehmen rücken werden. Sie sind letztlich das Unterscheidungsmerkmal zum Mitbewerber. Sie entscheiden über den Grad der Kundenzufriedenheit und in der Konsequenz über Sein oder Nichtsein. Und somit wird das Erarbeiten von Messkriterien, die den Grad der Kundenzufriedenheit widerspiegeln, immer wichtiger.

Kennen Sie die Faktoren, die hier bei Ihren Kunden ausschlaggebend sind? Erreichbarkeit, fachliche Kompetenz des Gesprächspartners, verbindliche Aussagen... Welche Qualitätskriterien zeichnen Ihr Unternehmen aus? Befinden sich diese im Einklang mit denen der Mitarbeiter? Wie messen Sie die Einhaltung des Qualitätsniveaus?

Wenn Sie diese Fragen beantworten können, sind die Voraussetzungen für die Qualitätssicherung geschaffen. Die Parameter Qualität, Quantität und Kosten dann in ein wirtschaftlich sinnvolles Gleichgewicht zu bringen, ist die zukünftige Herausforderung. Maximale Qualität bei minimalen Einsatz heißt die Devise. Eine anspruchsvolle Aufgabe für das Management von morgen.

Andrea Brändli

Andrea Brändli, Redaktionsleitung

Mehr zu diesem Thema finden Sie auf den nächsten Seiten.



Sind Ihre Kunden zufrieden?



Qualitäts-Check im Call Center durch Echtzeit-Zufriedenheitsbefragung mit 4Com



Call Center sollen Probleme der Anrufer im Sinne einer hohen Kundenzufriedenheit lösen. Doch wie zufrieden sind die Anrufer mit der Call Center-Dienstleistung wirklich? Und wie kann dieser wichtige Faktor ermittelt werden?

Feiner differenziert beinhaltet diese Fragestellung auch Fragen nach der Freundlichkeit und Kompetenz der Agenten, der Anrufer-Problemlösung oder der Erreichbarkeit des Call Centers in der Kundenwahrnehmung. Die Antwort wird derzeit – wenn überhaupt – meist durch vereinzelte Testanrufe (Mystery Calls) ermittelt. Eine „Live-Kundenbefragung“ wäre viel zu teuer, aufwändig und nicht zeitnah. Call Center-Dienstleister bieten ihren Auftraggebern mit Servicelevel-Auswertungen, die quantitative technische Statistiken aus dem Call Center-System beinhalten, zurzeit nicht mehr als eine Krücke. Die eigentliche Fragestellung bleibt nahezu unbeantwortet.

Somit fehlt sowohl im Inhouse-Call Center-Bereich wie auch bei Dienstleis-

tern ein zeitnahes, echtes Controlling-Instrument zur Steuerung und zum Monitoring des Call Centers durch die Geschäftsführung bzw. den Auftraggeber, denn die Steuer-Messgröße sollte die Kundenzufriedenheit sein. Die Beantwortung der Frage „steigt oder sinkt die Servicequalität?“ ist mit großen Ungenauigkeiten behaftet.

Für dieses grundsätzliche Problem bietet das Unternehmen 4Com, Systemhaus für Mehrwertdienste, einen Service namens „Qualitäts-Check“ an. Damit ist es möglich, die Kundenzufriedenheit über eine breite Kundenbasis in Echtzeit sehr wirtschaftlich zu ermitteln. Diese Dienstleistung umfasst eine Echtzeit-Servicequalitätsmessung mittels automatisierter Kundenbefragung nach dem Gespräch mit dem Agenten.

Funktionsweise des Qualitäts-Checks

Holger Klewe, Marketing- und Vertriebschef bei 4Com erklärt das Prinzip: „Eine vom Auftraggeber gewünschte Anzahl von Anrufern im Call Center wird am En-

de einer Beratung auf die automatische Sprachplattform von 4Com weitergeleitet. Dort beurteilen diese die Beratungsqualität durch Beantwortung eines vom Auftraggeber festgelegten Fragenkataloges. Typisch sind beispielsweise Fragen nach der Qualität der Beratung, der Freundlichkeit des Mitarbeiters oder der Vollständigkeit Problemlösung. Eingaben erfolgen durch Tastendruck am Telefon oder per Spracheingabe. Für jede Fragestellung wird bei der ebenfalls automatisierten Auswertung unter anderem eine Tagesdurchschnittsnote ermittelt. Die Statistik ist dann für den Auftraggeber per Web weltweit minutenaktuell abrufbar.“

Vorteile für das Call Center-Management

Call Center haben damit die Möglichkeit, in Echtzeit zu erfahren, wie zufrieden Ihre Kunden mit der Dienstleistung wirklich sind. Gleichzeitig wird den Anrufern vermittelt, dass Servicequalität und Kundenzufriedenheit einen hohen Stellenwert besitzen und Qualität sowie stetige Verbesserung das Ziel sind. Die Auswertungen der Fragen helfen zudem, Verbesserungspotenziale aufzuzeigen und Schulungsmaßnahmen durch vorher/nachher-Auswertungen zu verifizieren. Durch die automatisierte Befragung ist überdies eine sehr wirtschaftliche Befragung einer großen Anzahl von Anrufern in kurzer Zeit möglich. Die Befragung einer breiten Basis erlaubt eine repräsentative Stichprobe.

Qualitätsmerkmal für Call Center-Dienstleister

Der 4Com-Service lässt sich für Call Center-Dienstleister ideal als Vertriebsinstrument zur Bestandskundenbindung und Neukundenakquise von Auftraggebern einsetzen. Er ist ein hervorragendes Instrument zur Wettbewerbsdifferenzierung und trägt zur Vertrauensbildung bei der Neukundenakquise bei. Die Skepsis bei potenziellen Auftraggebern hinsichtlich der Qualität des Dienstleisters – gerade bei komplexen Diensten – wird durch das offensive Angebot von

Qualitätskontrollen durch Kundenbefragungen viel leichter überwunden. Idealerweise dienen dabei die ermittelten Durchschnittsnoten der einzelnen Frageauswertungen als Grundlage für echte Qualitätslevel-Agreements, als Ergänzung zu Servicelevel-Agreements. Hierzu werden zwischen beiden Parteien Standardfragen vereinbart. Für jede Fragestellung wird eine Tages-, Wochen- oder Monatsdurchschnittsnote festgelegt, die vom Dienstleistungsanbieter garantiert zu halten oder übertreffen ist. Dabei ist wichtig, dass die Befragung durch ein unabhängiges externes Unternehmen ohne Beeinflussung des Befragten durch einen subjektiven Interviewer durchgeführt wird.

Aufschlussreich für Marketing & Meinungsforschung

Besonders interessant ist auch die Dienstleistung **4Com-„Kunden-Check“**, die diese Art der Kundenbefragung als Marketing-Research-Instrument nutzt. Alternativ zu Servicequalitätsfragen bietet es sich an, solche Fragen zu Produkten oder Marken zu stellen, die in Zusammenhang mit dem Grund des Anrufs



stehen, um gezielte Markterhebungen durchzuführen. Teure und langwierige Kundenbefragungen können so sehr viel schneller, preiswerter und gezielter erfolgen. Neben den Marketingabteilungen von Unternehmen richtet sich das Angebot auch an Meinungsforschungsinstitute, wenn deren Auftraggeber ein Call Center für Kunden betreiben. Meinungsforschung lässt sich so ohne „Belästigung“ der Kunden durch aktive Anrufe sehr preiswert durchführen.

Markterhebungen & Lead-Generierung in Kombination mit einem Telefon-Gewinnspiel

Die Dienstleistung **4Com"Markt-Check"** beinhaltet die 4Com-Kundenbefragung in Kombination mit einem Telefon-Gewinnspiel. Der Auftraggeber veranstaltet und bewirbt ein Gewinnspiel in Hörfunk, TV, Print. Der Gewinnspiel-Teilnehmer wählt eine beworbene Servicenummer (z. B. 0180-x) und beantwortet vor oder nach der Teilnahme am Gewinnspiel Marketing- und Vertriebs-Fragen. Ziel ist es, sehr preiswert und vor allem zeitnah über eine breite Basis

Markterhebungen unter Nicht-Kunden bzw. potenziellen Neukunden durchzuführen sowie für den Vertrieb in kurzer Zeit sehr preiswert qualifizierte Leads zwecks Neukundengewinnung zu generieren: „Kennen Sie unser neues Produkt xy? Drücken Sie 1 für Infos per Post, 2 für Gespräch mit einem Mitarbeiter.“ Das Gewinnspiel erzeugt zusätzliche Aufmerksamkeit und ein positives Image für das Unternehmen.

T.D.M. GmbH nutzt 4Com-Service zur Wettbewerbsdifferenzierung

Einer der ersten Call Center-Dienstleister, der diesen neuen Service offensiv seinen Auftraggebern anbietet, ist die T.D.M. GmbH aus Sarstedt. Qualität steht für T.D.M.-Ge-

schäftsführer Dietmar Klug an erster Stelle. Er sieht mit dem 4Com-Produkt die Möglichkeit, seinen Qualitätsanspruch potenziellen Auftraggebern gegenüber zu verdeutlichen, die Beratungsqualität kontinuierlich zu überwachen und – falls nötig – zu optimieren. ■

Das Unternehmen

Das Technologie-Unternehmen 4Com GmbH mit Sitz in Hannover ist ein Systemhaus für Mehrwertdienste und IP-Telefonie. Im Unternehmensbereich Sprachmehrwertdienste hat sich 4Com in den vergangenen 7 Jahren zu einem der führenden Anbieter in Deutschland entwickelt. Angefangen bei der Planung und Pilotierung von automatisierten Telefondiensten bis hin zur Audioproduktion im eigenen Studio und dem Betrieb als Service-Provider bietet 4Com ein komplettes Fullservice-Angebot. Abgerundet wird das Mehrwertdienste-Angebot durch SMS-, E-Mail- und Fax-Dienste, sowie durch die Lieferung und Integration von Komplettlösungen. Namhafte Unternehmen gehören zu den Kunden von 4Com.

Demos

Für Interessenten, die sich ein Bild über die Funktionsweise der 4Com Dienste machen möchten, hat die 4Com GmbH Demodienste zum Ausprobieren eingerichtet.

Demo-Statistiken sind abrufbar unter www.4com.de/kundenlogin.php3 Benutzername und Kennwort lauten „demo“.

"Qualitäts-Check"-Demo :
Tel.: 0511 / 33 42 40 1

"Kunden-Check"-Demo :
Tel.: 0511 / 33 42 40 2

"Markt-Check"-Demo :
Tel.: 0511 / 33 42 40 3