

Qualität und Preis/Leistung im Call Center



Am 19. September ist es soweit, die ÖNORM D 1020 „Call Center-Dienstleistungen – Anforderungen an die Dienstleistung und die Bereitstellung der

Dienstleistung von Call Centers und Customer Contact Centers“ wird offiziell dem Markt vorgestellt.

Ich bin ganz besonders glücklich über diesen möglichen Durchbruch für Definition von Qualität im derzeit noch sehr chaotischen Call Center Markt. **Das call center forum hat sehr engagiert an der Entwicklung dieser Norm beigetragen und die Veröffentlichung dieser Norm fügt sich sehr gut in unser Schwerpunktthema für diesen Herbst, Qualität und Preis/Leistung im Call Center Umfeld.** Ich möchte auch diese Tatsache zum Anlass nehmen provokant eine Diskussion zum Thema Preisgestaltung und Qualitätsversprechen zu initiieren. Wir sprechen alle von customer care, crm und vom königlichen Kunden. Call Center werden heute als Kundenkontaktcenter oder CRM Kommunikationsschnittstellen definiert, die Unternehmen hochprofessionelle Hilfestellung in der Betreuung ihrer Kunden oder ihrer Informationen geben sollen.

Was muss den heute so ein call center partnerschaftlich leisten?

Multimedial (Telefon, Fax, Brief, Email, Chat, Web, VOIP) agieren können, exakte Auswertungen liefern

können, rund um die Uhr aktiv sein, High End Telekommunikationslösungen bieten und beherrschen, ausgeklügelte Software im Einsatz haben, mit großen Datenmengen spielend umgehen können, Datenschutz beherrschen, crm Schnittstellen bieten, ausfallsicher sein, Know How Träger und customer care Berater sein und zu guter letzt das wichtigste; hoch motivierte, gut ausgebildete, wenig fluktuierende und zufriedene Mitarbeiter haben, die auch noch in ordentlichen Anstellungsverhältnissen arbeiten können und entsprechend bezahlt werden.

Qualität eben!

Alles, damit das Tor zur Kundenwelt oder die Kundenschnittstelle Telefon und Internet der Unternehmen (des crm, des e-commerce) aus inzwischen klaren Gründen optimiert zu gewährleisten. Und das kostet nichts?

Wie in jeder Branche gibt es professionelle Anbieter, Dumper und potemkinsche Dörfer. Qualität hat ihren Preis. Die Call Center Betreiber sollten selbstbewusster auftreten und wissen, dass sie ihren Kunden hochwertige Leistungen bieten und, dass Qualität zu den derzeit gehandelten Preisen nicht gewährleistet werden kann.

Auch zeigen uns die jüngsten dot com Krisen, dass Marktanteile um jeden Preis erdumpfen nicht gerade gesundes Marktwachstum hervorbringt und das Kundenvertrauen stärkt. Der Markt sollte wissen, was er will und was er sich von Anbietern erwarten kann. Ich hoffe nun, dass mit der Norm nun ein Meilenstein in Richtung Definition von Call Center

Leistungen und Mindestanforderungen an Call Center gesetzt wurde, der dem Markt und den Anbietern Vergleichs- und Bewertungsmöglichkeiten bietet und, wie in anderen Branchen auch, Qualität und Preis in Korrelation stellt. Differenzierung wird dadurch möglich werden und der Kunde kann genau das beziehen, was er sich wünscht oder braucht. **Er wird den Wert der Leistung erkennen, messen und bezahlen können.** Selbstverständlich sind nicht alle Call Center In- und Outbound Center oder erfüllen die oben angeführten Anforderungen. Die Vielfalt der Einsatzmöglichkeiten eines Call Centers ist kaum für Insider durchschaubar. Wie geht es da dem, der eine Call Center Lösung sucht? Wenn der Kunde um die Unterschiede weiß, wird er wählen können.

Für mich als Betreiber eines Call Centers ist diese Entwicklung der Differenzierbarkeit auf jeden Fall erstrebenswert. Ich möchte die Möglichkeiten haben, meinen Kunden gegenüber die mögliche Qualität nicht nur anbieten sondern auch liefern können. Deshalb wird mein Unternehmen sicher einer der ersten Anwärter auf diese Zertifizierung sein. Qualität und Erfolg haben ihren Preis.

Zum Abschluss: Man nehme ein Handy in die Hand und deklariere: „Ich bin ein rund um die Uhr In- und Outbound CIC“- „Bin ich dann auch ein Call Center wie jedes andere?“

Ferdinand Akdag
stellv. Vorstandsvorsitzender
call center forum Austria
Geschäftsführer
customer care solutions