

Serviceangebot

Ertragsorientiertes Customer-Service-Center Management

Mit innovativen Call-Center-Services zu dauerhaftem Erfolg!



Ertragsorientiertes Denken und Handeln im Call-Center ist gefragt!

Nutzen Sie unsere Erfahrung bei der Einführung kundenindividueller Prozesse und neuester Technologien, um für Ihr Call-Center die Voraussetzungen für nachhaltiges qualitatives Wachstum zu schaffen!

Ausgangslage

Die hohen Erwartungen an das Call-Center haben sich oftmals nicht erfüllt. Während auf Kundenseite die Erwartungen in Bezug auf Erreichbarkeit, Geschwindigkeit und Qualität der Services innerhalb des Service-Centers immer weiter steigen, wird auf Seiten des Call-Centers versucht, die Kosten der Kundenbetreuung stetig zu senken. Häufig mutiert das Call-Center zu einem Service-Erfüllungsgehilfen, das durch technische Maßnahmen und Qualitätsmessungen bestimmt wird.

Problembereiche

Call-Center als Service-Erfüllungsgehilfe

- Fehlende Definition des Call-Center als ganzheitliches Customer-Service-Center
- Call-Center wird in vielen Fällen nicht als Generator für neue Dienstleistungen eingesetzt
- Häufig fehlende Integration des Call-Centers in den aktiven Vertrieb des Unternehmens bzw. andere Kanäle
- Daraus folgt meistens eine uneinheitliche Mixtur aus Preis und Qualität der Call-Center-Services.

Einseitige Qualitätsmessung

- Service-Level-Agreements (SLA) als einzige Grundlage für Call-Center-Qualität
- Qualitätsmessung basiert zum größten Teil auf technischen Parametern
- Häufig werden zu viele unwichtige Service-kennzahlen gemessen
- Isolierte Betrachtung der Call-Center-Effizienz führt zu falschen Ergebnissen.

Synchronisation der Kommunikationskanäle

- Häufig keine Verbindung zwischen Call-Center und Internet
- Fehlende zentrale Verwaltung des E-Mail Managements
- Viele Kommunikationsanwendungen werden ohne einheitliches Konzept realisiert
- Aufbau der Kommunikationskanäle wurde ohne Berücksichtigung der Kundenpräferenzen durchgeführt.

Lösungsansatz

affinis Product Success Indicator

- Strukturierung der Kundenanforderungen nach Segmenten in Bezug auf Call-Center-Services
- Bewertung bestehender und Ableitung neuer Dienstleistungen des Call-Centers
- Integration des Call-Centers in das Service-Engineering des Unternehmens
- Etablierung des Call-Centers als leistungsfähiges, hochqualitatives Customer-Service-Center.

affinis Call-Center Success Indicator

- Ermittlung des Wertschöpfungsbeitrags eines Call-Centers zum Unternehmenserfolg
- Einbeziehung von Soft-Facts wie Servicelösung und Zufriedenheit aus Kundensicht
- Entwicklung einer individuellen Meßskala für die Kriterien
- Einbindung des Success Indicators in ein übergreifendes Steuerungsinstrumentarium.

affinis channel-optimizer

- Aufnahme des Kundennutzungsverhaltens innerhalb der Kommunikationskanäle
- Verteilung der Services auf die Kanäle
- Ausrichtung der Services innerhalb der Kanäle auf Basis der Kundenpräferenzen
- Ableitung eines Maßnahmen- bzw. Optimierungskatalogs.

Ihr erfahrener Partner, der Sie umfassend unterstützt

- Einsatz etablierter Prozesse, Tools und Methodiken
- Umfangreiches Branchen-, Prozess- und Lösungs-Know-how
- Volles Spektrum von End-To-End Services.

Ganzheitlicher Ansatz: Transformation Management

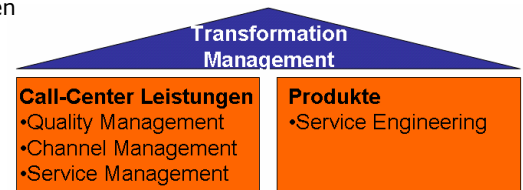
Um Ihr Call-Center ertragsorientiert zu gestalten, setzen wir das **Transformation Management** ein, das als übergreifender Prozess ein Call-Center schrittweise in ein übergreifendes Customer-Service-Center unter Einbeziehung aller Kommunikationskanäle umwandelt. Der Transformationsprozess basiert auf zwei Säulen, die zusammen den Erfolg ausmachen: Die vom Call-Center zu erbringenden Leistungen und die angebotenen Produkte sind aufeinander abzustimmen und kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Im Einzelnen sind dafür die folgenden Maßnahmen notwendig (siehe nebenstehende Grafik):

Quality Management: Maximierung der Servicequalität im Call-Center durch Konzentration auf SLA-Vorgaben, aber auch unter Berücksichtigung weicher Faktoren wie Kundenzufriedenheit und Problemlösungskompetenz.

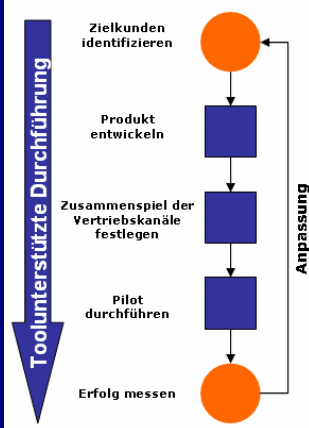
Channel Management: Optimierung der Kommunikationskanäle auf Basis vorhandener Kundenpräferenzen.

Service Management: Bewertung und ggf. Anpassung der bestehenden Call-Center Dienstleistungen; Entwicklung neuer Dienstleistungsangebote; Permanente Kontrolle und Erfolgsmessung des Leistungsportfolios.



Service Engineering: Vorhandene Produkte werden auf ihre Eignung für einen Call-Center-Vertrieb überprüft und ggf. angepasst. Neue Produkte und Dienstleistungen können effizient entwickelt und vor der Vermarktung (insb. für den gewählten Vertriebskanal) auf deren Erfolgsaussichten geprüft werden.

Vorgehensweise von affinis



affinis consulting bietet Ihnen weitere Services:

- **Betriebswirtschaftliche Beratung**
- **Wert- und strategische Unternehmenssteuerung**
- **Kundenmanagement**
- **Business Process Management**
- **Changemanagement**
- **Auswahl und Implementierung von IT-Systemen**
- **Projektmanagement**

Unser Ansatz: Schneller Erfolgsnachweis

Auf dem Weg zum ganzheitlichen Customer-Service-Center definieren wir gemeinsam mit Ihnen geeignete Service-Angebote für schnelle Erfolge. Ein Service-Angebot ist dabei eine Kombination aus Call-Center Leistung und Produkt und wird im Rahmen einer Pilotphase auf wirtschaftlichen Erfolg getestet.

Danach wird entschieden, ob der Service im Unternehmen auf breiter Basis eingeführt wird und/oder ähnliche Konzepte auf andere Betreuungskanäle übertragen werden (die einzelnen Schritte sind in nebenstehender Grafik dargestellt).

Dabei profitieren Sie von unserer Vorgehensweise durch:

- Klare Fokussierung auf das gesteckte Ziel
- Ausrichtung auf Wirtschaftlichkeit des Vorhabens
- Kurze Projektlaufzeiten
- Schrittweiser Ausbau der angestrebten Lösung.

Ihr Nutzen

- Erhöhung der Kundenzufriedenheit und damit der Kundenbindung
- Verbesserte Möglichkeiten der Neukundenakquisition
- Etablierung des Call-Centers als hocheffizientes Vertriebsmedium
- Kosteneinsparungsmöglichkeiten in der Qualitätsmessung, dem Multichannel-Management sowie in der technischen Infrastruktur
- Erhöhung der Kunden- und Umsatzbasis bzw. Steigerung des Deckungsbeitrages pro Kunden
- Automatisierung von Service-Prozessen, deren Integration in den Workflow sowie Sicherstellung der Investitionssicherheit
- Erhöhung der Motivation der Call-Center Agents (und damit einhergehend eine deutliche Effizienzsteigerung)
- Etablierung des Call-Centers als Innovationsmotor des Unternehmens.

... Ihr Partner für wirtschaftliche Lösungen an der Kundenschnittstelle!