

Kurze Beschreibung des Serviceangebots...

FALLBEISPIEL: Freiberufler

Hans W. ist Versicherungsmakler. Den ganzen Tag über für seine Kunden unterwegs. Im Regelfall besucht er sie zu Hause, ihnen bestehende Versicherungen zu erklären, Schadensfälle zu regulieren und um ihnen neue Produkte vorzustellen. Außerdem führt er zahlreiche Gespräche mit potenziellen Kunden, in denen er diese von der Qualität seiner Produkte zu überzeugen sucht. Natürlich möchte Herr W. Kundengespräch nur sehr ungern gestört werden. Gleichzeitig ist es wichtig für ihn, immer erreichbar zu sein.

Ein ganz ähnliches Problem hat Richard F. Er praktiziert als Anwalt hat sich gerade mit seiner ersten Kanzlei selbstständig gemacht. Rechtsanwalts- und Notarsgehilfin kann er sich noch nicht leisten, immerhin kommt stundenweise eine Sekretärin, die ihm bei der Aktenführung hilft. Auch Herr F. ist viel unterwegs. Er besucht seine Mandanten oder vertritt sie vor Gericht. Dazwischen recherchiert er in der Gerichtsbibliothek Urteile und informiert sich über die aktuelle Rechts-Sprechung.

Weder beim Kunden noch vor Gericht oder in der Bibliothek ist Herr F. telefonisch erreichbar.

Die Call Center Lösung:

Herr F. und Herr W. haben ein Call Center beauftragt. Auf dieses

Center können sie ihre Anrufe von 8.00 - 18.00 Uhr umleiten, wenn sie nicht persönlich erreichbar sind. Das Call Center nimmt die Anrufe der Kunden und Mandanten entgegen und notiert ihre Anliegen. Der Versicherungsmakler, Herr W., meldet sich mehrmals täglich, um seine Anrufe abzufragen. Für diesen Service bezahlt er 200 Euro im Monat.

Herr F., der Rechtsanwalt, nutzt das Call Center nur an zwei Tagen die Woche, an den anderen Tagen nimmt seine Sekretärin die Anrufe entgegen.

Über die Anrufannahme hinaus hat er das Call Center noch mit seiner Terminverwaltung beauftragt. Ruft ein (potenzieller) Mandant an, kann das Call Center sofort einen Termin mit ihm ausmachen. Herr F. bekommt dann eine SMS. Immer wenn er selbstständig einen Termin ausgemacht

hat, informiert er das Call Center, damit Termine nicht vergeben werden. Herr F. zahlt monatlich 100 Euro Bereitschaftsgebühr an das Call Center und 0,40 Euro pro Gespräch.

Fazit:

Sowohl Herr W. wie auch Herr F. sind jetzt ständig für ihre Kunden erreichbar.

Sie können sich ganz auf ihre Arbeit beim Kunden oder Mandanten

konzentrieren, weil sie wissen, dass ihnen kein wichtiger Kunde entgeht. Für kaum mehr als 100 Euro bzw. 200 Euro im Monat vermitteln sie einen professionellen Eindruck nach aussen.

Kurze Beschreibung des Serviceangebots...

#### FALLBEISPIEL: MODEHAUS

Das Modehaus H. verkauft Berufskleidung an Handelsunternehmen. Von den knapp 50 Mitarbeitern arbeiten die meisten in Lager und Versand. Einige wenige Mitarbeiter/-innen arbeiten in Administration und Vertrieb und übernehmen gleichzeitig die telefonische Bestellannahme. Das Anrufaufkommen ist sehr unterschiedlich ist, manchmal kommen 10, manchmal 20, manchmal 50 Anrufe pro Tag. Wenn Messen sind, steigert sich die Zahl der Anrufer auf bis zu 300 Anfragen pro Tag. Wegen der großen Schwankungen lohnt es sich nicht, weitere Mitarbeiter/-innen für die Telefonannahme einzustellen. Trotzdem soll kein Anrufer warten müssen oder gar nicht erst durchkommen.

Die Call Center Lösung:

Die Firma H. kooperiert mit einem Call Center. Sind die eigenen Leitungen ausgelastet oder sind alle Mitarbeiter/-innen unterwegs (zum Beispiel bei einer Messe), dann nimmt der Dienstleister die eingehenden Anrufe entgegen. Das garantiert, dass alle Kundenwünsche aufgenommen werden. Da der Call Center Betreiber Zugriff auf die Kunden- und Artikeldatenbank hat, kann er die Kunden sofort richtig einordnen, bzw. auf die genauen Artikelbezeichnungen zugreifen. Die von ihm entgegengenommenen Bestellungen werden per e-Mail an den Auftraggeber weitergeleitet. Die Bereitstellung der Datenbank kostet monatlich 380 Euro, für die Anrufe werden zwischen 1,30 - 1,50 Euro pro Call fällig.

Fazit:

Das Modehaus H. ist - unabhängig vom Anrufaufkommen - während der Geschäftszeiten immer erreichbar. Die

Kunden sprechen stets mit einem kompetenten Gesprächspartner, der ihre Bestellungen aufnimmt und über Verfügbarkeiten

Auskunft geben kann. Da die Kunden im Regelfall Unternehmen sind, erwarten sie eine professionelle Anfrageabwicklung, die dank des Call Center- Dienstleisters jetzt gewährleistet ist.

## FALLBEISPIEL: AUTOHAUS

Das Unternehmen:

Das Autohaus H. aus Berlin hat die branchentypischen Probleme: Die Markentreue der Autofahrer nimmt immer weiter ab. Kundenzufriedenheit ist ein erfolgskritischer Faktor geworden. Der Kunde will nicht nur ein schnell und günstig repariertes Auto, sondern auch noch Serviceleistungen rund um den Reparatur- oder Kaufvorgang.

Die Call Center Lösung:

Um sich im Servicebereich von Mitbewerbern abzusetzen, kooperiert das Autohaus H. mit einem regionalen Call Center Dienstleister. Der übernahm folgende Servicebestandteile, wobei er zur Abwicklungserleichterung mit der Werkstattplanung und der Kundendatenbank über eine Standleitung verbunden ist:

Einen Tag vor einem Werkstatttermin wird der Kunde angerufen, der Termin wird bestätigt und der Bedarf nach einem Leihfahrzeug abgefragt.

Einen Tag nach dem Werkstattbesuch wird der Kunde erneut angerufen und nach seiner Zufriedenheit gefragt, zudem wird erwähnt, dass der Wagen gereinigt wurde. Dies soll dem Kunden das Gefühl vermitteln, ernst und wichtig genommen zu werden.

Die Kunden werden vor dem Ablauf von Garantiezeiten darauf aufmerksam gemacht.

Zu Hausveranstaltungen wird eingeladen.

Zweimal im Jahr veranstaltet das Autohaus Umfragen mit Gewinnspielen um die Zufriedenheit abzufragen.

Vor den Saisonwechseln informiert das Call Center über Sonderaktionen.

Jeder Kunde erhält zu seinem Geburtstag einen persönlichen Anruf.

Fazit:

Das Autohaus H. arbeitet inzwischen seit mehr als drei Jahren mit seinem Partner zusammen, die Geschäftsentwicklung liegt jedes Jahr über den Durchschnittswerten der Branche. Die Kunden sind zufrieden und bleiben dem Autohaus treu.