



Call Center from **O**dysey to **Q**uality

PRESSE BOX

Veröffentlicht in der Pressebox am 15.4.2009

Personalauswahl als Teil einer Servicestrategie - und Ihr Team wird zum Dream Team für exzellenten Kundenservice



Ausgangslage:

Eine Internet Startup Company hat ein neues innovatives Produkt entwickelt. Es hat sich vorgenommen, dem Kunden verschiedene Kommunikationswege anzubieten (Blog, self Service, Telefon, email) und mit qualitativ exzellentem Service den Markt zu revolutionieren. Ich wurde beauftragt, dafür Mitarbeiter zu suchen und auf die neue Aufgabe vorzubereiten.

Die Analyse und deren Ergebnisse:

Schnell war klar, dass es nicht nur mit dem Suchen und Einarbeiten von Personal getan war. Vielmehr mussten zuvor folgende Fragen beantwortet werden:

- ◆ Von wann bis wann kann der Kunde anrufen?
- ◆ Welche Reaktionszeiten werden dem Kunden zugesichert?
- ◆ Welche Themen und Fragestellungen können vom Kunden kommen?
- ◆ An welchem Standort soll der Kundenservice implementiert werden?
- ◆ Müssen irgendwelche Betriebsvereinbarungen berücksichtigt werden?
- ◆ In wie weit ist der Bereich „Personal“ unterstützend (Rekrutierung, Einarbeitung, Weiterentwicklung) tätig?

Die Beantwortung der oben genannten Fragen floss in die Personal- und Servicestrategie ein. Eine Personalstrategie kann aber nicht vor der Servicestrategie erstellt werden, weil elementare Themen zu Erreichbarkeit, Servicevereinbarungen (SLA's) sowie Anforderungen an die Mitarbeiter geklärt werden müssen. Erst dann ist klar, welches Personal in welcher Menge wann benötigt wird.

Inhalte der Service-Strategie:

- ◆ Wer tritt an das Unternehmen heran mit welchem Anliegen
- ◆ Segmentierung der Kunden (Geschäftskunden, Privatkunden, Premiumkunden), Interne Kunden (IT, Personal, etc.), Dienstleister, öffentliche Stellen (Polizei, Datenschützer, Staatsanwaltschaft)
- ◆ Verantwortlichkeit der Betreuung (welcher Skill wird für welche Anfrage benötigt) Da die Prozesse bei einem Start up nicht vollends klar sind, wurden zunächst mögliche Fragen vom Kunden gesammelt (brainstorming). Die Fragen wurden in Kategorien eingeteilt. Daraus ergab sich dann das Bild des zu suchenden Mitarbeiters. Es wurden Mitarbeiter gebraucht, die technisch fit waren und sowohl Windows als auch MAC OS



Call Center from **O**dyssey to **Q**uality

Betriebssysteme in der Tiefe kannten. Da solche Mitarbeiter rar sind, musste die Einteilung in First und Second Level vorgenommen werden. Das bedeutet, im First Level wurden Mitarbeiter gesucht, die die Betriebssysteme im Überblick und in der Anwendung kannten. Der Second Level-Mitarbeiter ist der absolute Spezialist, der sich in den Tiefen dieser Betriebssysteme auskennt.

- ◆ Festlegung der Eintrittskanäle (email, Chat, Telefon, Forum, Brief, Online)
- ◆ Welche Rufnummer (mit welchen Kosten) und welche email-Adresse werden welchem Kunden offeriert
- ◆ Servicezeiten

Inhalte der Personalstrategie

- ◆ Organisationsstruktur
- ◆ Anforderungs- und Stellenprofile
- ◆ Rekrutierungsform und –medium
- ◆ Festlegung der Gehaltsstruktur
- ◆ Trainings- und Einarbeitungsplan

Mit Telefoninterviews wurden die Bewerber vorselektiert. Die das Telefoninterview bestanden haben, wurden zu einem ganztägigen Assessment Center eingeladen. Nach diesem Tag wurde dem Bewerber bereits eine Zu- oder Absage erteilt. Das kam bei den Bewerbern sehr gut an. Außerdem fanden sie gut, dass das Unternehmen sich so viel Zeit genommen hat und sie am Ende des Tages ein persönliches Feedback erhalten haben. Die Bewerber meinten, dass sie viel an diesem Tag über sich selber gelernt haben.

Die Schwierigkeit:

Der Standort sollte in einer süddeutschen Großstadt sein. In Süddeutschland sind die Service-Mitarbeiter in der Regel teuer, weil es hier keine Standortförderung gibt. Außerdem waren zu dieser Zeit sogenannte „Teckies“ stark gesucht. Trotz Anzeigenschaltung kamen wenige Bewerbungen rein. Da das Unternehmen mit einem anderen Produkt bereits erfolgreich war, haben sich potentielle Bewerber über die Internet-Seite beworben. Das war eindeutig dem spannenden Produkt zu verdanken.

Das Ergebnis:

In der Startphase standen 20 Mitarbeiter gut selektiert und gut geschult für Kundenanfragen bereit. Das Team passte mit seinen unterschiedlichen Fähigkeiten sehr gut zusammen. Das lag sicher auch daran, dass gemeinsam eine Service Philosophie erarbeitet wurde. Daraus ergab sich eine Servicebibel, die jedem Mitarbeiter im Kundenservice ausgehändigt wurde.

Nur ein gut rekrutiertes Dreamteam erbringt für das Unternehmen exzellenten Kundenservice



Jacqueline Irrgang
Mobil: +49(0)177 7666660
Email: j.irrgang@ccq.de
Web: www.ccq.de