



Trends in Kundenzentren

Bright erstellt den führenden Bewertungstest von Kundenzentren in den skandinavischen Ländern. Über 500 Befragungen wurden durchgeführt und einige der Ergebnisse finden Sie nun hier, nachdem die Leistung von 75 Call Center Skandinaviens im Jahr 2006 begutachtet wurde.

TRENDS AUS DEM AKTUELLEN BRIGHT INDEX BENCHMARKING® BERICHT

Die Kosten pro Anruf sinken nun bereits im zweiten Jahr in Folge. Ursächlich hierfür ist eine gesteigerte Produktivität der Mitarbeiter in Verbindung mit sinkenden Betriebskosten und einem Niveau an Selbstbedienung von durchschnittlich über 40 % (bei Banken sogar bis zu 70 %). Dennoch steigt auch die Anzahl der verlorenen Anrufe im Selbstbedienbereich (zur Zeit 20 %) sowie die Anzahl der Unternehmen, die befürchten, Absatzmöglichkeiten bei eingehenden Telefonanrufen zu versäumen und dabei Kundenloyalität aufzubauen. Die Bearbeitung von E-Mails ist immer noch kostspieliger als die Beratung am Telefon, zum Beispiel durch ungenügende Abläufe, der Mangel an E-Mail-Vorlagen und mangelnde Erfahrung im Gebrauch dieses Mediums.

Ressourcen

Positiv zu vermelden ist, dass die Anzahl der Mitarbeiter pro Ausbilder leicht zurück geht. Wenn man die Wechselwirkung zwischen diesem KPI und anderen vergleicht, hat Bright herausgefunden, dass Call Center mit 8 bis 15 Mitarbeitern je Ausbilder:

- eine um 10 % höhere Bereitschaftszeit hatten
- um 5 % leichter erreichbar waren und
- eine um 5 % höhere FCR

Qualität

Erreichbarkeit wird immer wichtiger und Call Center verlieren im Durchschnitt "nur" 11 % aller Anrufe. Die Kunden, die durchkommen haben eine Wartezeit von 70 Sekunden. Je nach Branche unterscheiden sich die Ergebnisse jedoch ganz erheblich.

- Trotz größerer Anstrengungen für FCR (First Contact Resolution) sehen wir hier keine allgemeine Verbesserungen. Dies liegt einfach daran, dass die meisten Call Center immer noch nicht den Grund für den Anruf ihrer Kunden ermitteln, um den dann zu bearbeiten.
- Die Ausbildungszeit pro Mitarbeiter steigt weiterhin an.

Verkaufszahlen

Wir sehen sowohl eine verstärkte Konzentration auf Verkäufe bei eingehenden Anrufen als auch auf entsprechende Ergebnisse. Dadurch werden außerdem auch die Qualitätsmaßstäbe noch oben gesetzt, was positiv für die Kunden ist. Call Center haben endlich begriffen, dass ein guter KPI im Bereich der firmeninternen Qualität wichtig ist, um die Verkaufszahlen bei eingehenden Gesprächen zu steigern. Nehmen wir mal 100 eingehende Anrufe und wenden darauf die Durchschnittswerte der Branche an: 10 Anrufe werden nicht beantwortet, 12 Anrufe werden nicht schnell genug beantwortet und 15 Anrufe lösen das Problem des Kunden nicht beim ersten Anruf. Damit haben wir

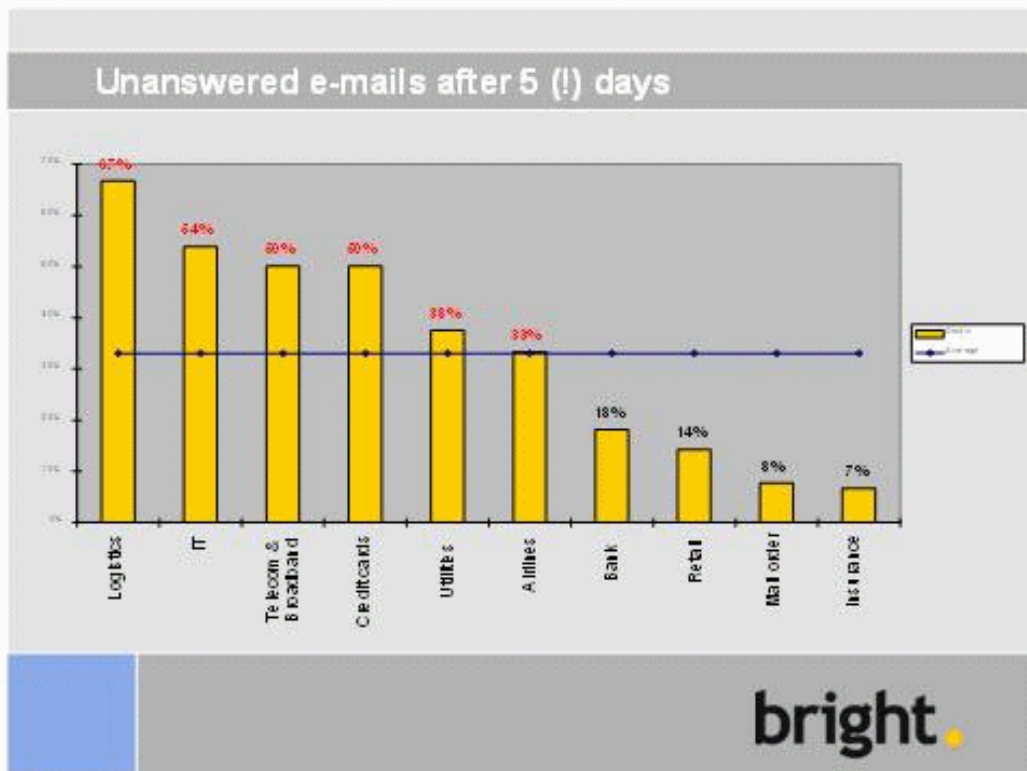
schon 37 % unseres Verkaufspotenzial verloren, bevor wir überhaupt angefangen haben nur zu versuchen etwas zu verkaufen. Die Zahlen müssen Sie berücksichtigen, wenn Sie berechnen wollen welchen Grad an Dienstleistung Sie sich leisten können und welches Verkaufsvolumen Sie erwarten können. Sie sollten dazu wie immer damit anfangen, vernünftig zu bemessen und zu bewerten.

BRIGHT INDEX MATRIX™ – BRANCHEN VON JANUAR BIS JULI 2006 Indem wir die wichtigsten Qualitäts-KPIs (wie vergessene Kunden, Wartezeit, FCR, Kundenzufriedenheit, etc.) und Effizienz-KPIs (wie Kosten, Produktivität, Grad der Nutzenanwendung, etc.) entsprechend gewichten, können wir die Ergebnisse aller Teilnehmer und der unterschiedlichen Branchen miteinander vergleichen. Die Ergebnisse beruhen auf der Leistung von 75 Call Center im Zeitraum zwischen Januar und Juni 2006. Das Durchschnittsergebnis aller Teilnehmer finden Sie in der Mitte. Die Branche, in der die beste Leistung erzielt wurde, steht in der Ecke oben rechts.



BERICHT ÜBER DIE BEARBEITUNG VON E-MAILS

Sie kennen diese Berichte schon, und wir sind ja auch heute schon ziemlich gut, oder nicht? Bright führte eine anonyme Bewertung der Bearbeitung von E-Mails in 10 verschiedenen Branchen im Sommer durch. Dabei stellte sich heraus, dass über 30 % der E-Mails nicht innerhalb von 5 Tagen beantwortet wurden! Die ärgsten Versäumnisse fand man dabei in der IT- und Telekommunikationsbranche. Die besten Leistungen wurden von Versicherungen und Versandhändlern erzielt. Unzureichende Bearbeitung von E-Mails wird durch den deutlichen Anstieg der E-Mail-Korrespondenz zu einem ernstem Problem. Die Grafik zeigt die E-Mails je Branche in Prozent, die nach 5 Tagen nicht beantwortet waren.



Falls Sie daran interessiert sind, mehr über diese Trends zu erfahren oder selbst an den Bewertungsreihen teilnehmen möchten, dann erreichen Sie Bright über info@bright.se info@bright.se +46 8 ...



Autoreninfo:

Mats Rennstam has many years of experience from the contact centre industry. He is Managing Director in Bright UK Ltd and is an experienced speaker on the subject performance management. Mr Rennstam is Swedish by origin and lives in London.

Mats Rennstam

[Kompletten Artikel lesen >>](#)

Weitere Artikel von diesem Autor:

- [Trends in Kundenzentren](#)
- [Alle Artikel dieses Autors anzeigen](#)