

# Kundendialog 2020

Der Kundenkontakt rückt in die Mitte des Unternehmens. Was heißt das für die Qualifizierung der Agents von morgen? Und welche Rolle spielt die Technik? *TeleTalk* hat nachgefragt.

„Kundenorientierung wird 2020 eine noch größere Rolle spielen als heute“, ist sich Ralf Tiedemann, Geschäftsführer von Getaline, sicher: „Aus Kundensicht bedeutet dies, dass die Dienstleister über alle Kontaktkanäle erreichbar sein müssen.“ Doch

sein“, glaubt Tiedemann. In der Folge seien Call Center erst recht unverzichtbar, ihre Aufgabe sei die intensive und persönliche Kundenberatung, das Reklamations- und Beschwerdemanagement, das Cross- und Up-Selling, die Altkundenreaktivierung, die After-Sales-Betreuung – also keine anspruchslosen Arbeiten: „Die Nachfrage nach Call Center-Dienstleistungen wird deutlich steigen. Das wiederum wird dazu führen, dass sich der Wettbewerb der Branche um qualifiziertes Personal bis 2020 noch verschärfen wird. Betreiber mit einem hohen Qualitätsanspruch, die ihren Bewerbern hochmoderne, ergonomische Arbeitsplätze, flexible Arbeitszeiten, eine leistungsorientierte Bezahlung, ein vielseitiges Aufgabenspektrum, renommierte Kunden, gute Karriereöglichkeiten, ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm, anerkannte Fach-Abschlüsse und eine angenehme Arbeitsatmosphäre bieten können, werden ihre Marktposition weiter ausbauen.“

und -Erwartungen geprägt sein. „Für die Mitarbeiter in den Service Centern bedeutet dies, dass sie ein wesentlich vielfältigeres, anspruchsvolleres Aufgabenfeld übernehmen werden. Kurzum: Alle Wertschöpfungsstufen werden im Service Center von morgen abgebildet sein.“ Dies werde sich selbstverständlich auch in differenzierteren, anerkannten Berufsbildern spiegeln: „Die Bedeutung der Service Center-Mitarbeiter für den Markterfolg eines Unternehmens wird insgesamt noch stark steigen, damit einhergehend auch ihr Image. Die Agents werden als Träger von enormem Unternehmenswissen in Service Centern arbeiten, die als Nukleus und Wissensbasis des Unternehmens dienen. Zukünftig bilden die Agenten eine externe und interne Schnittstelle zugleich, beispielsweise als interne Wissenslieferanten für die Produktentwicklungs-, Marketing- oder Vertriebs-Bereiche.“ Die dafür notwendige Qualität und die Weiterentwicklung der notwendigen Qualifikationen könne aber nur durch kontinuierliche Schulungen und Coachings gesichert werden, mahnt Gürke.



Die Nachfrage nach Call Center-Dienstleistungen wird bis 2020 deutlich steigen. Das wird dazu führen, dass sich der Wettbewerb um qualifiziertes Personal noch verschärft.“

**Ralf Tiedemann,**  
Geschäftsführer  
Getaline

es geht dabei um mehr als bloße Erreichbarkeit, die Kanäle müssen untereinander vernetzt und bearbeitet werden „Medienübergreifende Serviceangebote wie beispielsweise die Bestellung im Internet – Umtausch im Stationärhandel werden sich viel transparenter gestalten und ineinander greifen müssen.“ Entsprechend steigen auch die Anforderungen an die spezialisierten Call Center-Dienstleister: „Multichannel-Management, Qualitätssicherung und Automatisierung sind die Schlagworte“, sagt Tiedemann. Außerdem werde der Fokus im Jahr 2020 noch stärker auf dem Internet liegen als heute: „Die Zahl der Online-Shops wird bis 2020 deutlich zulegen. Dienstleistungen wie Online-Beratung oder E-Mail-Bearbeitung gewinnen in diesem Zusammenhang weiter an Bedeutung. Neue Formen des Handels wie M-Commerce über mobile Endgeräte und der so genannte T-Commerce über das TV-Gerät werden 2020 gängige Praxis

## Mehr Vielfalt, mehr Verantwortung

Dass guter Service weiterhin das erfolgsentscheidende Dienstleistungskriterium bleiben wird – davon ist Ralf-Christian Gürke, Leiter Operational Strategy & Qualitätsmanagement Vivento Customer Services, fest überzeugt. „Die Kundengruppen werden sich weiter segmentieren und in ihren Serviceansprüchen stark diversifizieren. Sowohl die Technikaffinität großer Bevölkerungsteile als auch die Komplexität der Gesellschaft nehmen weiter rasant zu.“ Seiner Ansicht nach wird die Zukunft durch eine immense Vielfalt an unterschiedlichen Kundengruppen

„Die Bedeutung der Service Center-Mitarbeiter für den Markterfolg eines Unternehmens wird stark steigen. Die dafür notwendige Qualifikation muss durch Schulungen und Coachings gesichert werden.“

**Ralf-Christian Gürke,**

Leiter Operational Strategy & Qualitätsmanagement Vivento CS



Und sie sieht es mit dem Stichwort Multichannel aus? Im Jahr 2020 werden im Service Center alle heute schon vorhandenen

Kommunikationskanäle genutzt werden – „allerdings mit anderer Gewichtung“, glaubt er. „Meiner Einschätzung nach kommen

gezielt mit den Informationen zu den Produkten betreut, die sie sich wünschen.“

Dass dabei die Datenbanksysteme auf ganz andere Anforderungen angepasst werden müssten, liege aber auf der Hand. „Intelligente Systeme übernehmen zunehmend Standardaufgaben von Agents“, glaubt Wolf. „Die Agents werden tiefer in die Unternehmen integriert. Wir werden gelernt haben, dass jede Technik nur dazu da ist, den Menschen zu unterstützen und nicht umgekehrt.“ Auch die Kunden werden erheblich anspruchsvoller sein, schlechten Service und schlechte Kommunikation nicht mehr hinneh-

Betreuungskonzepten als Antwort auf die Frage, welcher Service für welchen Kunden für welchen Kontaktgrund über welchen Kanal zu welchen Kosten erbracht werden kann und muss.“ Die Industrialisierung der Kundenschnittstelle werde so zu einer wesentlichen Voraussetzung, um eine hochwertige Kundenbetreuung zu wirtschaftlich sinnvollen Bedingungen überhaupt leisten zu können, glaubt er. „Ein großer Effizienzhebel liegt in der Übertragung der Organisationsform Contact Center auf die gesamte Kundenbetreuungs-Organisation mit durchgängigen Prozesslandschaften und integrierten Multikanal-Strukturen.“

Wind ist zudem davon überzeugt, dass der Schutz persönlicher Daten an Bedeutung gewinnen wird, denn: „Authentizität ist ne-

„Im Jahr 2020 werden wir gelernt haben, dass die Technik dazu da ist, den Menschen zu unterstützen – und nicht umgekehrt.“

### Rüdiger Wolf,

Geschäftsführer  
Tas Mühlheim

noch weitere Möglichkeiten hinzu, die heute in weiten Kreisen noch nicht bekannt oder nicht nutzerfreundlich genug sind.“ Zwei Grundsätze bleiben in diesem Zusammenhang seiner Ansicht nach aber weiterhin wesentlich: „Der Kunde bestimmt die Wahl der Kommunikationskanäle, und das Service Center muss diese Kanäle medienbruchfrei zur Verfügung stellen.“

men. Die Produkte würden dabei mehr zur Nebensache. In der Folge würde die Tätigkeit des Call Center-Agents für eine wachsende Zahl von Menschen interessant. „Das stärkt das Image und das Selbstbewusstsein der Agents – und ebenso die Branche selbst.“

## Das Produkt als Nebensache

„Die Kommunikationskanäle sind vernetzter, die Technik intelligenter und mit logischem Verstand von Jedermann nutzbar“ – das steht für Rüdiger Wolf, Geschäftsführer Tas Mühlheim, ebenfalls fest. Aber welche Folgen hat das? Eine ganz bedeutende Rolle werde die mobile Kommunikation einnehmen, glaubt Wolf beim Blick nach vorn: „Informationsabfragen sind im Jahr 2020 in alle Richtungen jederzeit und überall möglich. Die Frage, welche Kommunikationsform wir nutzen werden, stellt sich also weniger als die Frage, welche Kommunikationsform jeder einzelne Kunde für sich bevorzugt und welches Medium für welche Botschaft gerade sinnvoll ist“, so Wolf. Insgesamt werde 2020 also mehr darauf geachtet werden, dass jeder Mensch individuelle Bedürfnisse hat. „Wer nicht nur die Potenziale und Bedarfe seiner Kunden kennt, sondern auch etwas über seine persönlichen Bedürfnisse weiss, der wird klar im Vorteil sein.“ Das nützt nicht nur den Anbietern, es kommt auch den Kunden zugute: „Die Kunden werden weniger mit ungewünschten Informationen überschwemmt und dafür

## Industrialisierung der Schnittstelle

Die Art und Weise, wie Unternehmen künftig mit ihrem Umfeld und ihren Kunden umgehen, wie sie ihre Kontakte betreuen, wird sich nicht nur entlang technischer Handlungsstränge verändern, davon ist auch Telsell-Consulter Thomas Wind überzeugt. „Insbesondere unter den Rahmenbedingungen der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise werden Geschäftsmodelle weiterhin auf dem Prüfstand stehen. Die Treiber an der Kundenschnittstelle sind die Neuausrichtung von Unternehmen mit sich wandelnden Wertschöpfungsmustern in Verbindung mit der geografischen Verschiebung von Machtzentren, ein verändertes Nachfrageverhalten und die zunehmende Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnik.“ Hier habe bereits ein Paradigmenwechsel stattgefunden, erklärt Wind: „Wir können seit geraumer Zeit beobachten, wie sich Kunden informieren, mit anderen vernetzen, Angebote vergleichen und auch kaufen. Dieser nachhaltige, durch moderne ICT induzierte und beschleunigte Veränderungsprozess auf Konsumentenseite verlangt nach passgenauen

„Authentizität, Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit sind die herausragenden Sicherheitsziele im Informationszeitalter.“

### Thomas Wind,

Managing Partner  
Telsell Consulting



ben Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit eines der herausragenden Sicherheitsziele im Informationszeitalter und wird eine Enabler-Funktion für bereits bestehende und neue Geschäftsmodelle übernehmen. Neben der Erhöhung des Standardisierungs- und Automatisierungsgrades sind intelligente personalwirtschaftliche Konzepte gefragt, da es immer schwieriger werden wird, ausreichend qualifiziertes und motiviertes Personal zu finanzierbaren Bedingungen gewinnen und binden zu können.“

Susanne Feldt

## KUNDENDIALOG 2020

TeleTalk stellt in der Serie „Kundendialog 2020“ in dieser und weiteren Ausgaben die Ideen, Vorstellungen und Möglichkeiten des künftigen Kundenkontakts vor und hat hierzu eine Reihe von Playern des Markts für Kundenkommunikation nach ihren Ansichten befragt.