

M:PROFILE

SCHWERPUNKT

Kontinuität & Innovation

Fächerstrategie

Warum die Automobilhersteller beim Antrieb in alle Richtungen forschen

Ideenreichtum

Wie Erfinder-Genie James Dyson unseren Alltag revolutioniert

Unruhestand

Was Unternehmer Josef Wagner auch im biblischen Alter antreibt

JUBILÄUMS EDITION

5 JAHRE M:PROFILE

in unterschiedlichen Branchen. Das Unternehmen versteht sich dabei als kompetenter Partner und Berater für die besonderen Herausforderungen eines Callcenters, die in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen haben. Zu spüren bekommt das letztlich der Endkunde. Denn wenn dieser mit dem telefonischen Service

fühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl erforderlich. „Gerade die ältere Kundin möchte sich bei einem Anruf bei uns gut aufgehoben fühlen“, betont Carsten Leschinski, Leiter des Kundenservices.

Bereits im Jahr 2008 entschied sich 3Pagen dafür, Mystery Calls als zu-

3PAGEN MYSTERY

Quality Check im Contact Center

Autorin: Charlotte Grohmüller



Dieter Süppmayer

Der Begriff „Mystery Calls“ führt bei vielen Contact-Center-Managern und Mitarbeitern immer noch dazu, dass sie kurz zusammensucken. Hierzu besteht jedoch kein Grund, sind doch Mystery-Calls inzwischen fester Bestandteil des Qualitätsmonitorings geworden, mit dem sich Defizite im Callcenter schnell erkennen und Potenziale identifizieren lassen.

Immer mehr Unternehmen haben die Bedeutung erkannt und sich entschieden, Mystery Calls als zusätzliches Instrument in das Qualitätsmanagement aufzunehmen. Die AC Süppmayer GmbH ist Spezialist für Qualitätsmonitoring mit langjähriger Erfahrung

zufrieden ist und wieder bestellt, haben alle einen guten Job gemacht und langfristig zufriedene und treue Kunden.

Der Versandhändler 3Pagen führt im Rahmen seiner Qualitätssicherung seit vielen Jahren Testanrufe durch. 3Pagen ist seit 1954 als Spezialversandhaus für Deko-, Haushalts- und Gesundheitsartikel auf dem deutschen Markt tätig. Zielgruppe sind die „goldenen Ager“, für die eine vertrauensvolle Beziehung basierend auf traditionellen Werten eine große Rolle spielt. Deshalb ist von den Mitarbeitern des internen Callcenters sowie den beiden Dienstleistern viel Geduld, Ein-

sätzliches Instrument in das Qualitätsmanagement aufzunehmen. Die Entscheidung des Versandhauses für die AC Süppmayer GmbH lag relativ nahe, da beide Unternehmen bereits im Bereich der Adress- und Laufzeitkontrolle erfolgreich zusammengearbeitet. Dadurch fiel es leichter, die Akzeptanz innerhalb des Teams und bei der Arbeitnehmervertretung herzustellen, weil von vornherein klar war, dass die Chemie zwischen den Unternehmen stimmt und man sich gegenseitig vertraut. Die Bedeutung gegenseitigen Vertrauens darf bei so einem sensiblen Instrument wie den Testanrufen nicht unterschätzt werden, denn bei der Bewertung eines Gesprächs

spielen neben harten Fakten die weichen und eher subjektiven Gesprächsmerkmale eine wichtige Rolle.

Das Testerteam von Dieter Süppmayer führte die Mystery Calls in regelmäßigen Kampagnen durch. Mit dieser Kontinuität konnten einerseits eine gewisse Selbstverständlichkeit und

satzartikeln bis hin zur Frage, ob sich der Agent gegenüber dem Anrufer geduldig genug zeigte.

Über die zur Verfügung gestellten Ergebnisprotokolle konnten die unterschiedlichsten Kriterien selektiert, ausgewertet und Schwerpunkte klar identifiziert werden.



Die AC Süppmayer GmbH

wurde 1995 von Dieter Süppmayer gegründet, der auf eine über 20-jährige Erfahrung im Direktmarketing zurückblicken kann. Schwerpunkte des Leistungsspektrums sind Kontrollsysteme gegen Adressdiebstahl, CRM und Callcenter Monitoring sowie Beratungsleistungen zur Prozessoptimierung. Das Unternehmen beschäftigt dazu Mitarbeiter aus mehreren Ländern. Kunden sind unter anderem Weltbild, Otto, Axel Springer Verlag, Conrad, Bonprix, Office Depot und Bertelsmann.

AC Süppmayer GmbH

Dieter Süppmayer
Saargemünderstraße 106
66271 Kleinblittersdorf
Tel: 06805-9285 01
info@acsueppmayer.de
www.acsueppmayer.de

andererseits Veränderungen und Tendenzen schnell erkannt werden. Die Führungskräfte und das Trainerteam waren auf diese Weise in der Lage, zeitnah mit entsprechenden Maßnahmen zu reagieren, um bereits wenig später die Wirksamkeit prüfen zu können.

Bei den Testanrufen handelte es sich um typische Szenarien, wie sie auch im täglichen Betrieb vorkommen, wie beispielsweise Bestellungen und Fragen zu Service und Produkten. Geprüft wurden etwa 30 Merkmale aus dem kommunikativen und fachlichen Bereich. Das reichte von der korrekten Begrüßung über das Anbieten von Zu-

Bei 3Pagen blieb es nicht bei dem Blick auf die Statistiken, sondern die Protokolle wurden mit jedem Mitarbeiter besprochen und die individuellen Maßnahmen und künftigen Ziele vereinbart. Neben der Betrachtung auf Mitarbeiterebene lassen sich mit der CallcenterControl des Süppmayer-Teams Organisationseinheiten miteinander vergleichen. Damit werden Mystery Calls zu einem interessanten Tool bei der Steuerung externer Dienstleister.

Um die Testschwerpunkte und die Koordination der jeweiligen Testkampagnen richtig zu setzen, war die Zusammenarbeit zwischen der Projektleitung bei AC Süppmayer und dem

Kunden 3Pagen von großer Bedeutung. Dazu gehörten neben dem intensiven Kontakt per Telefon und Mail auch regelmäßige Netmeetings und Workshops zum Erfahrungsaustausch und der Weiterentwicklung. Schließlich bestand und besteht der Anspruch darin, dass die Kunden standortunabhängig, freundlich, kompetent und schnell bedient werden. ■

Die **3PAGEN** Versand und Handelsges.mbH ist eine 100%ige Tochter von 3SUISSES International. 3SUISSES International ist mit einem Umsatz von ca. 2,0 Mrd. Euro einer der größten französischen Versandhauskonzerne. Das wachstumsorientierte Unternehmen ist in 14 Ländern in Europa und Asien tätig und Teil der Otto Group.