

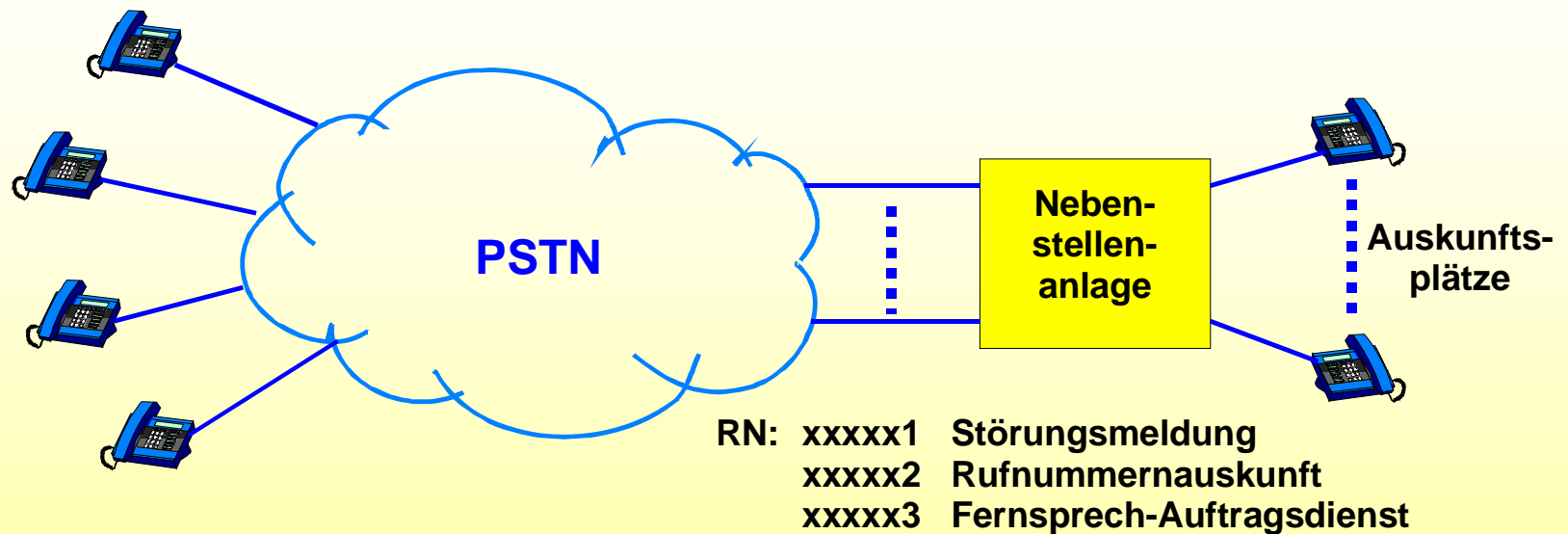
Call Centers

Call Center Komponenten

Call Center Routing

Customer Relationship Marketing

Melde- und Auskunftsstelle



Definition eines Call Centers

In Abhängigkeit vom Einsatz eines Call Centers, leitet sich die Definition in der Regel von den jeweiligen Anforderungsmerkmalen ab.

Allgemein betrachtet, ist das CALL CENTER jedoch ein Instrument zur professionellen Organisation von Kunden- und Marktkommunikation in einer geschlossenen Organisationseinheit mit Mitteln der Telekommunikation.

Eigenschaften eines Call Centers

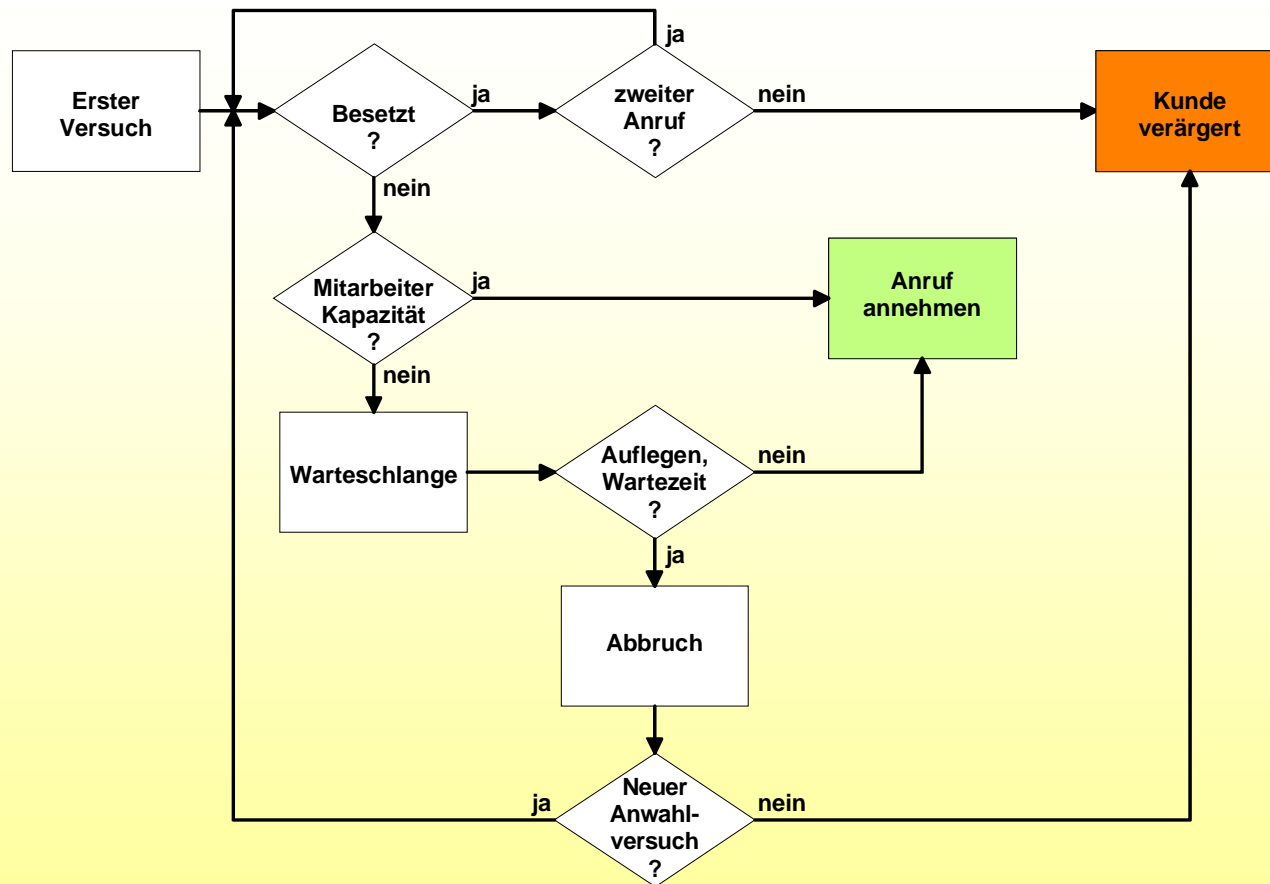
- **Professionelle Abwicklung**
Einsatz modernster Technik
- **Abgeschlossene Organisations-**
einheit
Kommunikationsschnittstelle mit „Kunden“
- **Call Center Management**
Verfügbarkeit der Mitarbeiter

Vorteile eines Call Centers

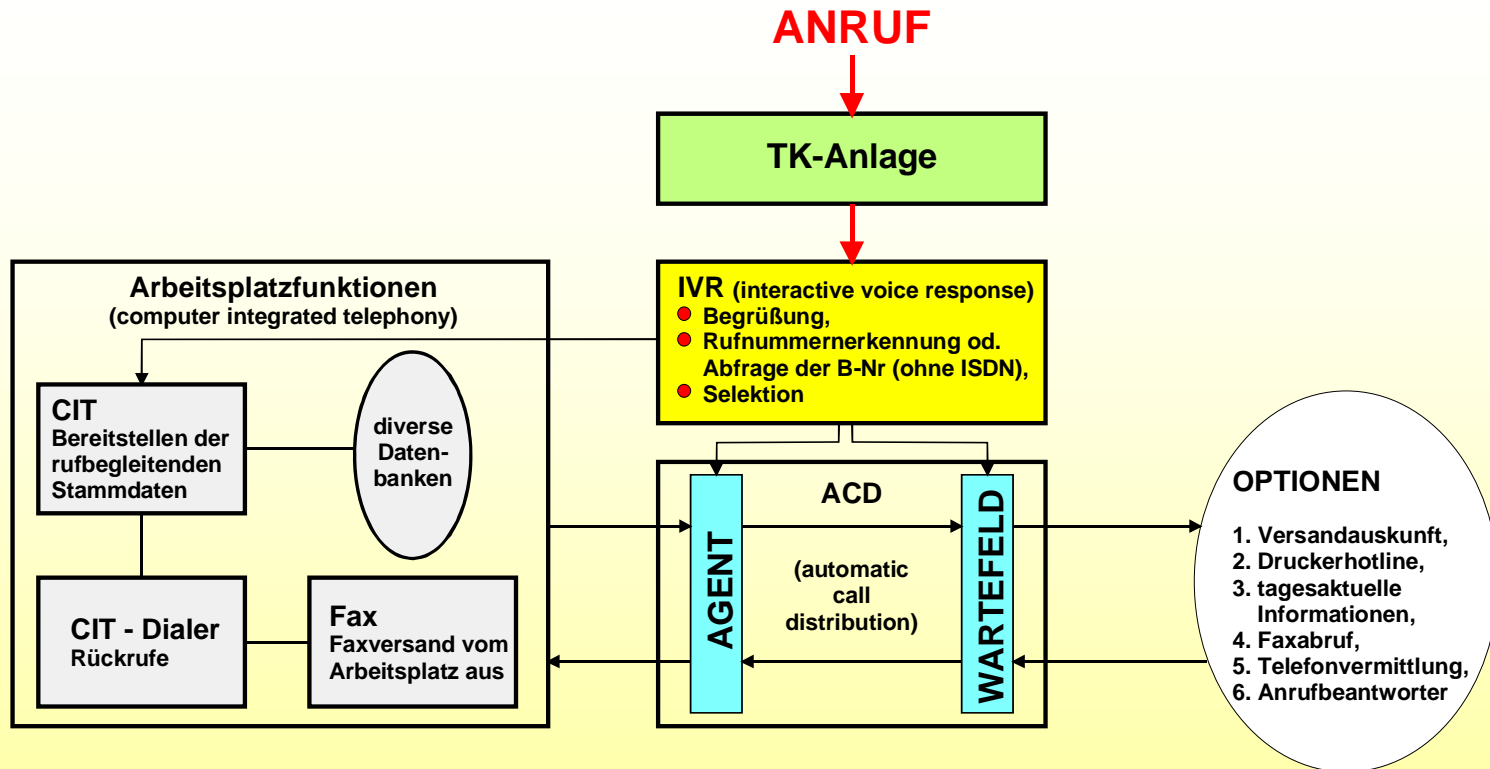
Rasche Anpassung an neue Marktverhältnisse und Verbesserung des Kundenservices durch z.B.:

- Imageerhalt / Imagegewinn
- Kundennähe
- Abgrenzung gegenüber Wettbewerbern
- zeitliche Flexibilität
- Neue Vertriebswege

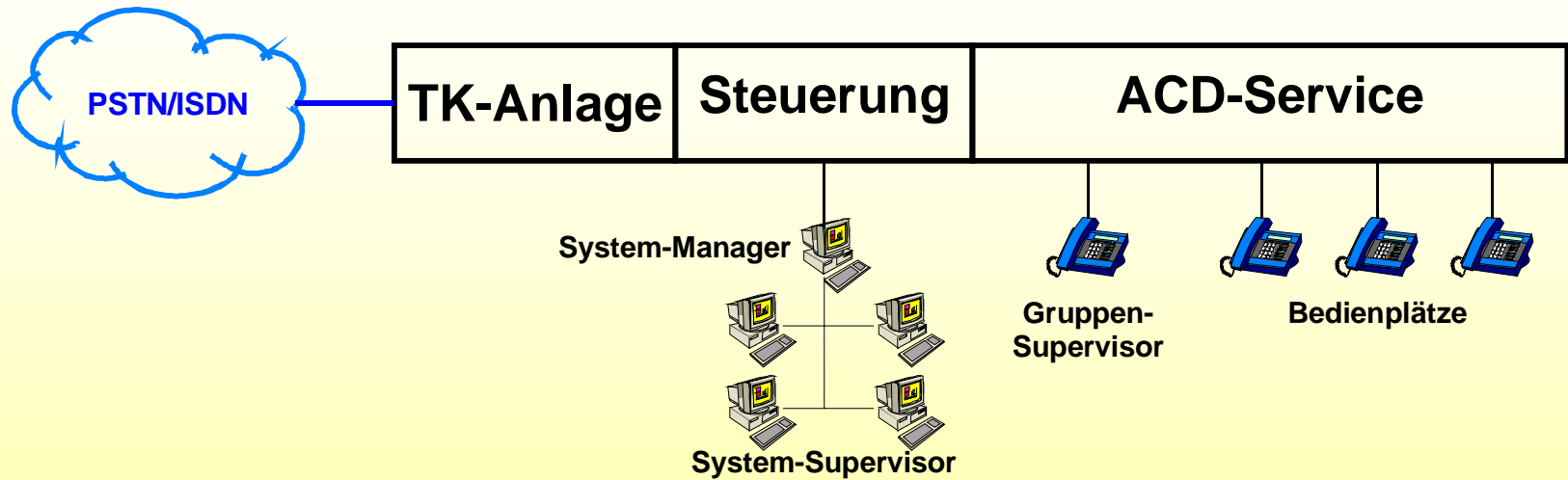
Anrufbehandlung im Call Center



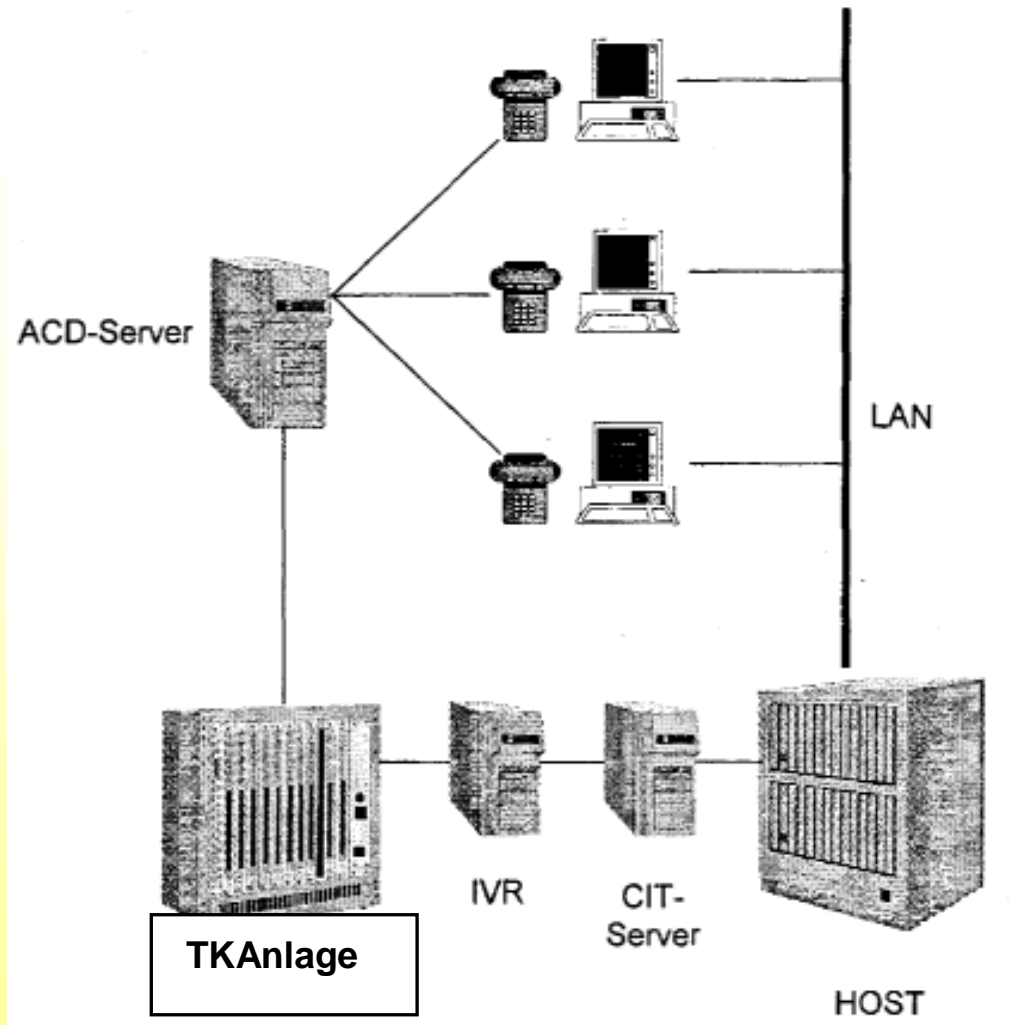
Komponenten eines Call Centers



Automatic Call Distribution ACD



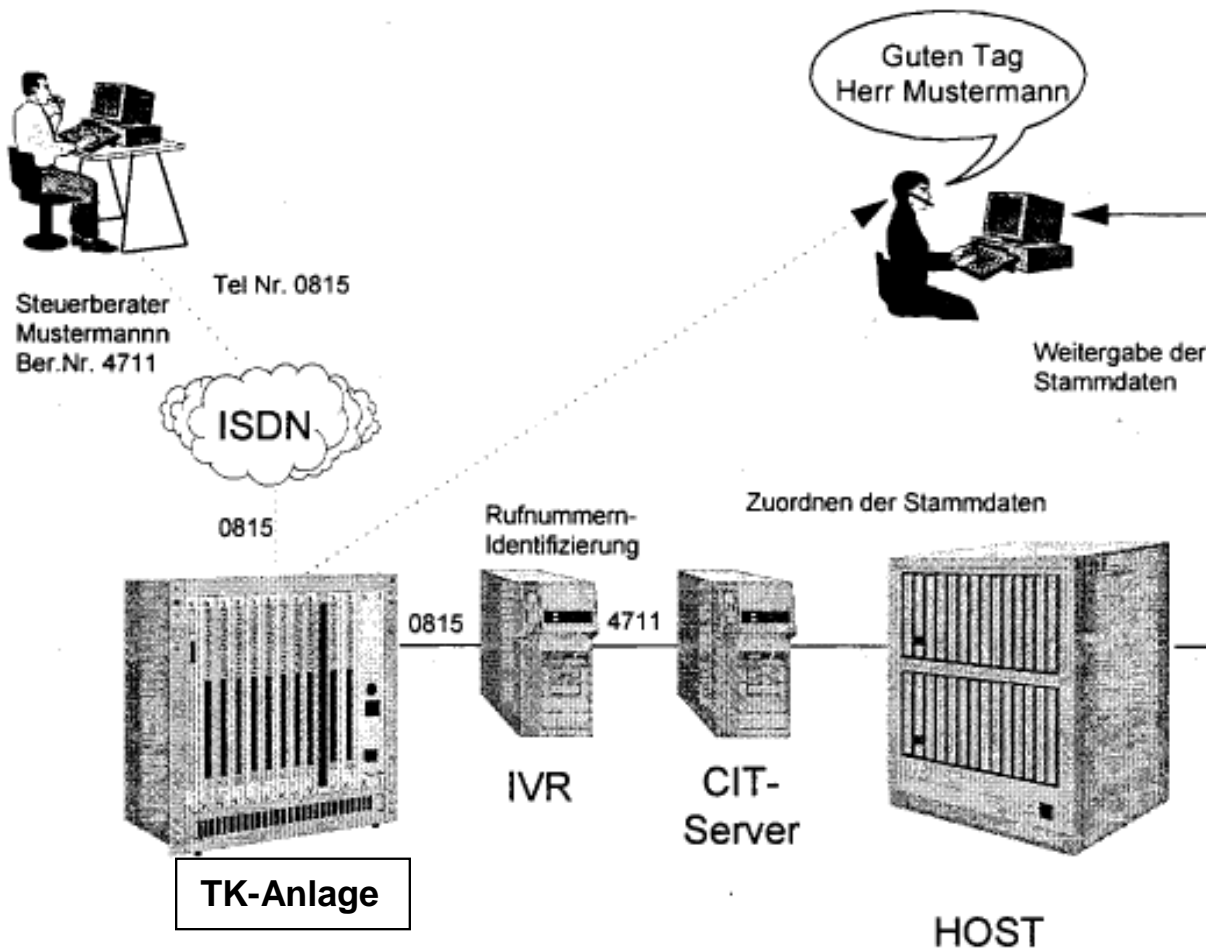
Computer Telephony Integration



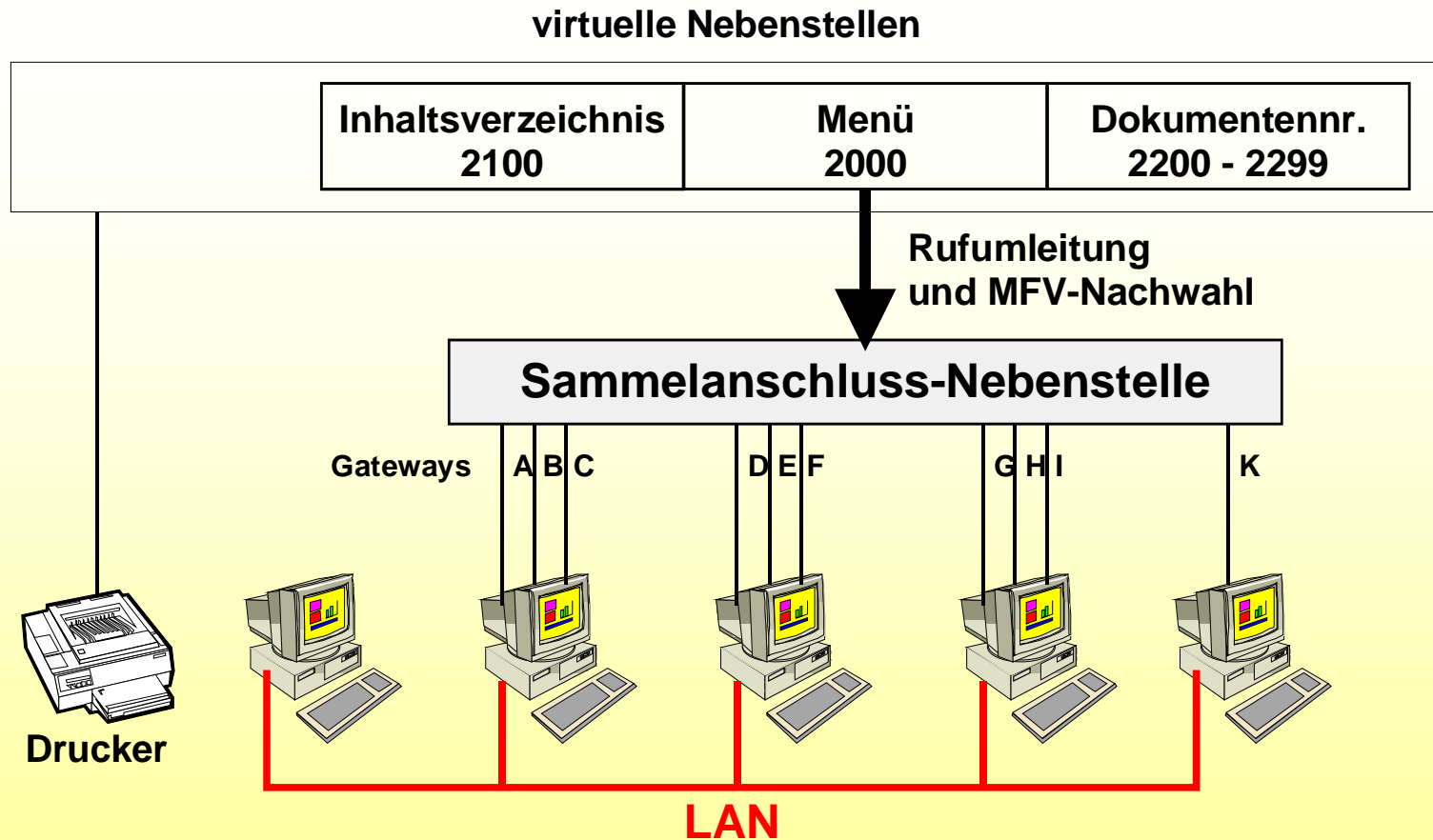
Interactive Voice Response

- **IVR-Systeme leiten den Anrufer im Dialog mit einer Maschine zum Ziel**
 - **Spracheingabe – Voice Processing**
 - **Zifferneingabe über Telefonapparat mittels MFV bzw. IWV**
- **Zusätzliche Möglichkeiten**
 - **Modem**
 - **Fax**

Anrufidentifizierung



Faxabrufsystem



Webfähige Call Center

Die Kernfunktion besteht aus der Zusammenführung aller für den jeweiligen Kommunikationsvorgang notwendigen Medien und Inhalte.

Der Agent sieht dabei die Internet-Seite, von der der Nutzer seine Rufanfrage gestartet hat und kann die vorher angeklickte Seiten aus dieser Session Revue passieren zu lassen

Der Agent ist in der Lage, Kunden zu gewünschten Zielseiten zu führen oder wichtige Seiten direkt zu übermitteln, ohne dass die Sprach- oder Dialogverbindung dabei unterbrochen wird.

Call Through

- **Call Through ermöglicht das Surfen und Telefonieren auf derselben Leitung mit Voice over IP**
- **Sprache und Daten werden hierzu auf derselben Leitung übertragen**
- **gemeinsames Surfen (Web-Collaboration) und gemeinsamer Formularzugriff (Form Sharing) sind möglich**

Call Back

- **Call Back (Rückruf über das öffentliche Telefonnetz) ermöglicht es Kunden, die Website einer Firma aufzusuchen, um einen Telefonrückruf von einem Mitarbeiter des Contact Centers anzufordern**
- **Bei Benutzung einer „Contact Center-fähigen“ Website können anfragende Kunden in Echtzeit die Warteschlangenstatistik sehen, d.h. die durchschnittliche Wartezeit und die Anzahl von Anrufern vor ihnen**

Skill Based Routing

- **Hotline-Anrufe werden zunächst über IVR identifiziert und zu einem Agenten des 1st Support Levels geleitet, welcher die Angaben des Anrufers in ein Jobticket einträgt**
- **Kann das Problem nicht gelöst werden, wird der Anrufer zu einem Agenten des 2nd Support Levels geroutet, wobei das Jobticket mit übergeben wird**

Customer Relationship Marketing

- **Customer Relationship Marketing fängt dort an wo alle wesentlichen Informationen und Kontakte zuerst auflaufen, beim Call Center.**
- **Customer Relationship Marketing ist eine Form des systematischen Kundenmanagements, mit dem Ziel, alle Aktivitäten darauf zu richten, den Kundenwert durch langfristigen und interaktiven Beziehungsaufbau zu maximieren.**

Einsatzmöglichkeiten von Call Centers

- **Call Centers in Deutschland, Stand 1999**
- **Versicherungsbranche ca. 25 Prozent**
- **Unternehmen der Informations- und Kommunikationswirtschaft ca. 20 Prozent**
- **Finanzdienstleister ca. 15 Prozent**
- **Typische Vertreter des Mittelstands, wie Handel und Vertrieb knapp 12 Prozent**
- **Industrie ca. 5 Prozent**