

GORDELIK AG

STEIGENDE BEDEUTUNG DES KUNDENMANAGEMENTS WIRD DEN CALLCENTERN HELFEN, IHRE IMAGEPROBLEME ZU LÖSEN

Der direkte Kontakt mit dem Kunden über Callcenter oder eigene Serviceabteilungen in Unternehmen gewinnt an Bedeutung. In vielen Branchen – Telekommunikation und Versorger sind Vorreiter – beschäftigt die direkte Kunden-Betreuung immer mehr und höher qualifizierte Mitarbeiter. Damit gemeint sind nicht nur die Mitarbeiter, die direkt mit dem Kunden kommunizieren, sondern auch jene Spezialisten, die Kundenprozesse strategisch planen, konzipieren, organisieren und kontrollieren. Es könnten noch mehr sein, es fehlt jedoch an qualifiziertem Nachwuchs, insbesondere für Führungspositionen. 2009 wollen Callcenter- und Kundenmanagement-Verantwortliche deshalb verstärkt auf Employer Branding setzen. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Befragung der Personalberatung **GORDELIK AG**, Buxtehude, bei Fachleuten und Beratern der Customer Service Branche. „Ein Schritt in die richtige Richtung – und der Markt wird den Initiativen mittelfristig Rückenwind geben“, so die Headhunterin Iris Gordelik.

Die Mehrheit der befragten Fachleute hält Employer Branding für sehr wichtig. Oberste Zielsetzungen: begehrte Fachkräfte auf sich aufmerksam machen und qualifiziertes Personal langfristig binden. Bisher tun sich Callcenter schwer Führungs-Nachwuchs zu gewinnen. Iris Gordelik nennt die Gründe: „Der akademische Nachwuchs hat eine Karriere im Kundenmanagement bislang noch gar nicht auf dem Radar. Die Informationen über diese Karriereperspektive und die Branche sind an den Universitäten einfach nicht verfügbar. Auf der anderen Seite gibt es in den Personalabteilungen der Unternehmen noch nicht das Know-how, um Leistungsträger, die bereits im Marketing oder Vertrieb arbeiten, für den Bereich Kundenmanagement fit zu machen oder zu begeistern. So werden verfügbare eigene Kandidaten übersehen, und auf dem Markt findet man nicht genügend qualifizierte Bewerber.“ Bleibt also nur die Möglichkeit, sich verstärkt um die wenigen verfügbaren Kandidaten zu bemühen.

Employer Branding fängt für Customer Service Organisationen damit an, dass die derzeitigen Imageprobleme angegangen werden. Die Befragten nennen die „Baustellen“: Ein attraktives Arbeitsumfeld, eine von Wertschätzung und Respekt geprägte Unternehmenskultur, eine Leistungs-bezogene Vergütung und Karriereperspektiven müssen zunächst geschaffen werden, bevor man sie kommunizieren kann. „Um dies zu erreichen bedarf es entsprechender Aufträge, die Investitionen in Qualifikation, sprich Qualität, einfordern und ermöglichen.“

Hier, so Iris Gordelik, sei die Zeit auf der Seite der Callcenter: „Kundenmanagement wird immer mehr zum Vorstandsthema. Die Beziehung zum Kunden wird ein entscheidender Faktor in den immer kompetitiveren Märkten. Damit wird der gesamte Bereich Kundenmanagement aufgewertet: Die Anforderungen steigen, die Aufgaben werden komplexer, die Mitarbeiter müssen besser qualifiziert sein. Unternehmen, die sich auf diese neuen Anforderungen einstellen, sind als Arbeitgeber attraktiv. In fünf Jahren wird man nicht mehr abfällig vom „Callcenter-Manager“ sprechen. Vielmehr werden Kundenmanager in den Unternehmen die begehrten Schlüsselpositionen zum Markterfolg besetzen.

GORDELIK AG

Stichprobe der Umfrage: nicht repräsentativ, aber aufgrund der Branchen-Expertise der Befragten in der Tendenz aussagekräftig.

Hintergrund:

Die GORDELIK AG (www.gordelik.ag) wurde 2004 gegründet und widmet sich der Vermittlung von Führungskräften und Interim Managern im professionellen Kundendialog und im E-Commerce. Das Unternehmen berät Mandanten in der Personalpolitik, ist damit nicht nur Partner im Finden, sondern auch im Halten qualifizierter Kandidaten. Die GORDELIK AG pflegt Kontakte und langjährige Geschäftsbeziehungen zu fast allen relevanten Marktpartnern der Branche. Das Credo: "No one is closer."

Kontakt:

Gesa Bormann
Vorstandsassistenz GORDELIK AG
Grüner Wald 5
21614 Buxtehude

Telefon 04161 - 722 17 - 0
Fax 04161 - 722 17 - 20
E Mail bormann@gordelik.ag