

Callcenter-Trends 2010 – Personalauswahl:

Personalsuche und Auswahl von Führungskräften – die bestimmenden Themen

Für 2009 hatte ich die personalbezogenen Auswirkungen zu Employer Branding, die Übernahme weiterer Callcenter-Dienstleister und die Internationalisierung thematisiert. Das ganze Jahr war begleitet von der Wirtschaftskrise, die ihr Übriges dazu tat.

Von Iris Gordelik

Personalberater bekamen die Auswirkungen der Wirtschaftskrise zu spüren und sind immer auch ein Fieberthermometer für die Personaltemperatur in den Unternehmen. Im mittleren Management wurden offene Positionen gestrichen, im oberen Management waren die Führer durch die Krise gefragt.

Trend 1: Entscheider gesucht

Das Top-Management hat Krisenbewältigung geübt. Budgets wurden gestrichen, Konzepte wieder in Schubladen gesteckt, Mitarbeiter beruhigt und um Kunden gebuhlt. Persönlich fand ich die Headlines mit „Wir haben immer schon auf Qualität gesetzt und in der Krise erst recht“ ein wenig zu kurz gerufen. Die Frage ist doch, was haben wir aus der Krise gelernt und was machen wir in Zukunft anders? Jetzt stehen Entscheidungen an: Welchen Mehrwert bieten Callcenter-Dienstleister ihren Kunden in Zukunft? Mit welcher Strategie und Positionierung gehen wir in die Zukunft? Aber auch die Kundenvertreter der kundenintensiven Branchen haben Entscheidungen zu treffen. Wie positionieren sich die Energieversorger im Kampf der Marktliberalisierung insbesondere unter der gesetzlich eingeschränkten Möglichkeit der Neukundenansprache? Mit welchen Geschäftsmodellen verdient die Telekommunikation zukünftig Geld, um Service bieten zu können? Sicher nicht mit einer unter 20-Euro Flatrate im Monat. Und wie bekommen Banken das verlorene Vertrauen ihrer Kunden zurück? 2010 wird ein Jahr der weichenstellenden Antworten darauf. Dafür benötigt es Entscheider und Charismatiker, die begeistern und mitreißen können.

Trend 2: Employer Branding – ohne werden dem Customer-Management die Führungskräfte ausgehen

Eigentlich kein Trend, sondern eine andauernde Notwendigkeit. Aber nach der Krise ist vor der Krise. Und ich sehe nach wie vor zu wenig Aktivität im Mobilisieren einer Karriere im Customer-Management. Wenn immer mehr Führungskräfte fehlen, werden wir die nächste Krise haben. Aber nicht nur die suchenden Unternehmen müssen sich um diesen Nachwuchs bemühen. Die Politik und unser Bildungssystem müssen erkennen, dass ganzheitliches Customer-Management die Disziplin der Zukunft ist. Vertrieb und Marketing bekommt eine Schwester: das „Kunding“. An seiner Spitze steht der Chief Customer Officer (CCO).

Trend 3: Kunding oder auch Customing

als gewohnter Anglizismus. Kunding als begriffliches Zeugnis eines neuen und gerechtfertigten Selbstbewusstseins der alten „Callcenter-Welt“. Die Disziplin des komplexen und multimedialen Kundenmanagements erhebt sich aus seinem Schattendasein und wird nicht mehr hinter Vertrieb und Marketing versteckt. Vertrieb macht Umsatz, Marketing macht Marken, Kunding macht Kunden. Leise, aber nachhaltig engagieren sich die beruflichen Vertreter des Kunden für Studiengänge, investieren in Forschung & Bildung, zwei neue Messen kreieren sich um die Zielgruppe und unzählige Stehtischgespräche bestätigen: Es ist Zeit für Kunding.

Zur Autorin: Iris Gordelik

verfügt über 25 Jahre Erfahrung in der Callcenter-Branche. Bereits 1980 erwarb sie erste Erfahrungen im strategischen Einsatz des Telefons in Kundenbeziehungen für einen Fachverlag. 1990 wechselte sie zur TAS Telemarketing von Günther Greff, durchlief dort sämtliche Karrierestufen des Unternehmens bis hin zur Geschäftsleitung für den TAS Standort in Bochum und baute für die Tochterfirma TST TeleService Team GmbH den Bereich Training und Consulting auf. Als Director Business Development für Central Europe übernahm sie ein Jahr später die Verantwortung für die Vertriebsaktivitäten im In- und Ausland. Im Jahr 2000 wechselte sie in die Geschäftsleitung der Deutschen Telekom AG in Bonn. Hier verantwortete sie im Produktmanagement den Bereich Datenredaktion und Operatorservices mit rund 6.500 Mitarbeitern. 2004 gründete sie ihr eigenes Unternehmen, die Firma Gordelik AG.



NEWS

ADM GROUP:

Übernahme des freenet Callcenters abgeschlossen

In der Nacht vom 30.11.2009 auf den 01.12.2009 sind die IT-Systeme bei der ehemaligen freenet Customer Care GmbH (fCC) erfolgreich umgestellt worden. Dies war der letzte Schritt zur Übernahme des Callcenters durch die adm group. Damit ist der am 05.10.2009 vereinbarte Verkauf vollzogen und der Identitätswandel vom Inhouse-Callcenter zum Dienstleister kann beginnen. adm group sichert sich durch die Transaktion das Know-how eines erfahrenen Teams mit großer Kompetenz in der Telekommunikationsbranche. Der bisherige Standortleiter André Schnack bleibt an Bord. www.callcenterkompetenz.de