



Trendanalyse



Muß der Weg in die Zukunft steinig sein?

**Was bewegt die Call Center Branche in den nächsten 2 Jahren?
Welche Entwicklungen zeichnen sich konkret ab?**

Vortragender: Mag. Daniel Spornitz, Wien, 20.11.2009



Trends für den Call Center Dienstleister

Trendanalyse:

- Mai/ Juni 09, Nov 09
- Sekundärdatenanalyse
- Nichtstrukturierte Experteninterviews
- Nicht repräsentativ
- Trendprognose
- Österreichbezug
- Div. Call Center Formen

Inhalt:

- Allg. Wirtschaftsdaten
- Branchenentwicklung
- Strategie
- USP
- Preis
- Innovation
- Kostenmanagement
- Outsourcing
- Qualität

Ihr Nutzen?

- Allgemeine Information über die Call Center Branche
- Ideenspeicher für Strategie Workshop, Mitarbeiterbesprechung etc.
- Ansatz für Stärken/ Schwächen Analyse

Österr. Wirtschaftsdaten



- Konsum in Österreich

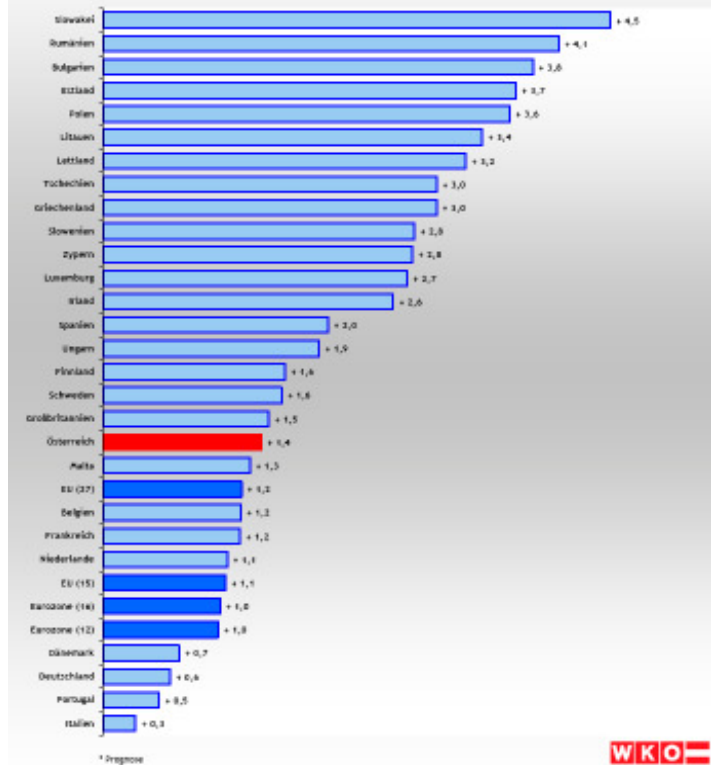
- Geringe Inflationsrate: Okt 2009 bei 0,3%
- Kaufkraft stagniert: 2009, 2010
2009: Durchschnittl. € 18.000,- p.a.

Österr. Wirtschaftsdaten

- Wirtschaftswachstum
Österreich

- BIP: Wachstum 2010: 1,1%, 2011: 1,5%
- Fehlende positive globale Signale
- Problem: - Zugang Fremdkapital,
- fehlendes Risikokapital

WIRTSCHAFTSWACHSTUM 2000 - 2010*
im EU-Vergleich
durchschnittliche jährliche Zuwachsrate (in %)



* Prognose

Quelle: EU-Kommission, EUROSTAT, OECD



Österr. Wirtschaftsdaten

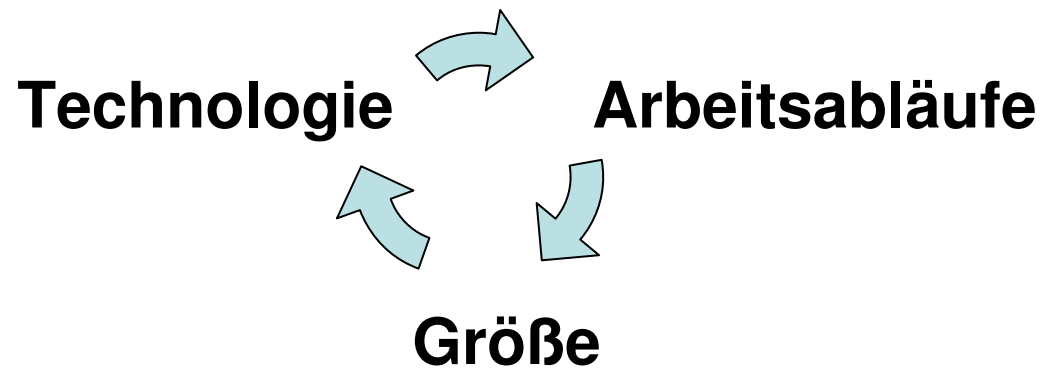
- Bedeutung für KMUs?
 - Wirtschaftlichkeitsprinzip
 - Strategische Position
 - Effizienz, Unternehmensgröße

Geschäftslage wird negativer
beurteilt als im III. Quartal 09

	Beschäftigte	Umsatz in € Mio	Bilanzsumme in €
Kleinst- unternehmen	9	2	2
Klein- unternehmen	49	10	10
Mittlere Unternehmen	249	50	43

Call Center Effizienz

Entweder „schmaler Grat zwischen Servicequalität & effizientem Betrieb“ oder eine „Neu-Definition der Servicequalität“?



Erreichbarkeit

Mittlere Wartezeit

Auslastung Call Agent



Anzahl

eingesetzter
Call Agents

Branchenentwicklung 2009-2010

Die Krise beschleunigt 2010 die Konzentrationstendenzen in der Call Center Branche

Internationale Vernetzung & Globalisierung innerhalb der Call Center Branche werden weiter fortschreiten

- Weltweite Servicenummern
- Weltweite Unternehmensbetreuung
- Konsolidierung

Marktgröße schließt die Wertschöpfungskette

➔ Full Service Provider



Branchenentwicklung 2009-2010

Herausforderungen: Konsolidierung der Branche,
Internationalisierung und Wachstum

Die Beschäftigtenanzahl wird 2010 abnehmen

Es findet eine Marktbereinigung im Bereich externer
Call Center Agenturen statt

Das Einkaufsvolumen von externem Knowhow
(Consulting, IT-Beratung etc.) wird 2010 nicht zunehmen

Branchenentwicklung 2009-2010

Im Call Center liegt der Konzentrationsschwerpunkt weiterhin im Bereich Inbound Service

2010 werden rd. 2/3 aller verkaufsaktiver Calls durch Inbound Call Center abgewickelt

Outbound-Aktivitäten werden durch Strategiearbeit & Kostenmanagement 2009-2011 konzentriert ausgerichtet und stärker in den Vertriebsprozess eingebunden



Strategie Trends

Die Call Center Einbindung in die Unternehmensstrategie verstärkt sich 2010/ 2011 (Zitat)

Die Call Center Erfolgsfaktoren 2010/ 2011:

- Strategische Ausrichtung
- IT-Umgebung
- Kostenmanagement
 - ✓ Steigende Integrationstiefe durch innovativen Technologieeinsatz
 - ✓ Prozessoptimierung
 - ✓ Optimierung der Nettoarbeitszeit
 - ✓ Gezielte Nutzung von Mitarbeiter Knowhow
- Positionierung wettbewerbsfähiger Produkte

Strategie Trends

Die Kostenrechnung wird als Kern der strategischen Call Center Planung weiter ausgebaut

Unternehmensführung und strategisches Controlling (Call Center Manager) werden den strategischen Rahmen und die Ziel- und Steuerungsgrößen neu definieren

- Wirtschaftlichkeit
- Kundenzufriedenheit
- Arbeitszufriedenheit

Strategie Trends

Das Spannungsverhältnis “Marketing/ Vertrieb“ und „neue Dienstleistungen im Bereich Inhouse Call Center“ führt zu einer Reorganisation von Marketing- & Vertriebsstrukturen

Der Zukauf von externem Consulting (Strategie Beratung für Call Center) wird 2010 geringfügig ansteigen

Trends zur Call Center Positionierung

Die USP des klassischen Call Centers verschwindet und wird durch das Contact Center ersetzt

Der Trend von der „Service Factory“ hin zum „innovativen Dienstleistungs-Call Center“ setzt sich fort

Die Nutzung von Preissensibilitäten wird zu einem USP in der Call Center Branche

Trends zur Call Center Positionierung

Die Mediennutzung verlagert sich in Bezug auf Dauer, Relevanz und Aufmerksamkeit deutlich zugunsten des Internet. Die Nutzung von „web 2.0 und social network“ wird ein Trendsetter für die Call Center Positionierung (USP), als auch für Schnittstellen und Geschäftsfelder

- „Verlagerung ins Netz“ (Web 2.0, Webchat etc.)
- Integration neuer Kanäle (Twitter, Onlinebefragungen)
- Synchronisieren neuer Kommunikationskanäle

USP externe Call Center Agenturen

Die „Vorteile“ einer Zusammenarbeit mit externen Agenturen werden als USP positioniert

- „Vorteile“ von externen Call Center Agenturen bisher nicht klar abgegrenzt
- Fehlen interner Benchmarks zur Bewertung von externen Agenturen
- Fehlende Vertrauenskultur und positive Referenzerlebnisse bei der Übertragung der Kundenschnittstelle
- Rückführung des Kundenwissens als Schlüsselkompetenz nur unzureichend ausgebaut

Im Outbound-Segment wird der primäre Sales-Bereich um Service-Aufgaben erweitert

Trends zur Preispolitik

Im deutschsprachigen Raum wird die Preispositionierung der österr. Call Center Agenturen 2010/ 2011 weiterhin im gehobenen Mittelfeld liegen

Die Preissituation gegenüber dem Ausland entwickelt sich weiter nachteilig für den Standort Österreich (Polen, Ungarn, Kroatien, Türkei)

Preissensible Kunden: Leistungsanfragen im Niedrigpreissegment werden 2010 zunehmen

Trends zur Preispolitik

Aktuelle repräsentative Studien erfassen verstärkt Preis- und Qualitätsindex von externen Call Centern und ermöglichen eine Preistransparenz/
Vergleichbarkeit

Siehe: Benchmark Portal oder Studie von CCBenchmarks e.V.

Der KMU Bereich ist für die externen Call Center Agenturen eine neu zu definierende Zielgruppe

Innovations-Trends

Wichtigste Erfolgsfaktoren Call Center Technik:

- Offene Schnittstellen für z.B. ERP, IVR (Interactive Voice Responses)
- Outbound Lösungen
- Automatische Dialer- & CRM Systeme

Der Trend von Insel-Lösungen hin zur integrierten Gesamtlösung setzt sich fort

Standardaufgaben werden weiter automatisiert, um dem Kunden mehr Auswahl zu bieten und Kosten zu senken

Innovations-Trends

Bis 2011 wird von den Marktführern im Inbound Bereich ein Servicelevel von 90/10 vorgegeben

Bis 2011 wird von den Marktführern eine reine Gesprächszeit von 50 min/ Std vorgegeben

Bei der Automatisierungsstrategie liegt der Trend bei einer höheren Self-Service-Intelligenz der Systeme und automatisierter Qualitätssicherung

Sprachdialogsysteme/ Sprachportale bei Inhouse-Agenturen werden verstärkt zum Thema

Kostenmanagement Trends

Wirtschaftlichkeitsprinzip: Call Center ab einem Volumen von 400 Calls und 6 - 8 Agents

Ziele Inbound Call Center:

Kostenminimierung

Ziele Outbound-Inhouse Call Center:

Gewinnmaximierung

Ziel Dienstleistungs-Call Center:

Gewinnmaximierung

Kostenmanagement Trends

Personalkosten werden Ende 2010 abnehmen,
die Anzahl der Festanstellungen wird sinken und
die Fluktuationsrate wird sich erhöhen

Technik-Kosten bleiben 2010 unverändert

Verwaltungskosten werden 2010 abnehmen

Telefongebühren werden 2010 abnehmen

Fokussierung auf quantitative Kennzahlen wird
2010-2012 aufgegeben

Kostenmanagement Trends

Ein Anrufer wünscht sich

- kurze Wartezeiten
- freundliche Agenten
- schnelle Erledigung (Problemlösung)

„Freundlichkeit“ und „Problemlösungskompetenz“ werden im Bereich Kostenmanagement bei deutlich mehr als 1/3 aller Call Center Verwendung finden

Kostenmanagement Trends

Qualitätssicherungskennzahlen im Bereich Outbound werden in das Kostenmanagement einbezogen (z.B. Messung der Freundlichkeit durch Sprachanalyse)

Der temporäre Einsatz von Call Agents und Shared Agents wird für die Effizienz unerlässlich

Qualitätsansprüche und Mitarbeiterbindung werden neue Vertragsformen erfordern

Outsourcing Trends

Outsourcing-Entscheidungen werden weiterhin maßgeblich an den Kosten bewertet werden

Die bisher positiven Erfahrungen mit Outsourcing-Projekten im EU-Raum verstärken den Trend in diese Richtung

Hohe Lohnkosten und restriktive gesetzliche Regulative setzen weiter den Trend „Outsourcing Richtung Osten“ (Preisvorteile bei 20- 45%)

Verstärkung: Die Krise verlangsamt die Angleichung des Einkommensniveaus im Osten (nach ca. 10 Jahren)



Qualität-Trends

Für die Ausrichtung der Arbeitsleistung auf Qualitätsziele sind die Trendsetter:

- Kommunikation
- Schulung
- Messbarkeit

Das Side-by-Side-Monitoring bleibt die gebräuchlichste Methode zur Qualitätssicherung

Silent Monitoring und Mystery Calls werden nicht signifikant im Bereich Qualitätssicherung ausgebaut

Qualität-Trends

Es liegt ein Trend zu einem einheitlichen Auftritt und seriösen Branchenstandards vor

Qualitätsgütesiegel und Zertifizierung werden in diesem Zusammenhang positiv bewertet

(ÖNORM D 1020: 2001 oder folgend Europäische Norm EN 15838: 2008)

- ✓ Qualitäts- und Prozessoptimierung
- ✓ Nachhaltiges Qualitätsmanagement
- ✓ Wettbewerbsvorteile

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

