Call-Center

BERATUNGSBRIEF VON GÜNTER GREFF

AUSGABE 11/2014 – NOVEMBER

www.Call-Center-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe November 2014

Holen Sie sich Ihren Call-Center-Experten ins Haus

Mit dem Beratungsbrief von Günter Greff

Der innovative Fachinformationsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im 2-Monats-Abo

www.Call-Center-Experts.de

Call-Center

BERATUNGSBRIEF VON GÜNTER GREFF

AUSGABE 11/2014 – NOVEMBER

www.Call-Center-Experts.de

Employer Branding:

Wer sucht, findet nicht immer

Um gute Mitarbeiter zu finden und zu binden, sollte man die Arbeitgebermarke schärfen und als wesentliches Unterscheidungsmerkmal sich im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte glaubhaft präsentieren.

Von Rolf Lohrmann

Die IT-Branche verzeichnet laut Fraunhofer Institut bereits heute Umsatzeinbußen von durchschnittlich etwa 8,5 Prozent, weil notwendiges Personal nicht oder nicht rechtzeitig rekrutiert werden kann. Gleichzeitig sinke die Produktivität aufgrund der durchgängigen Überlastungseffekte. Laut BMWi können zwei Drittel der mittelständischen Unternehmen bereits heute ihre Ausbildungsstellen nicht mehr besetzen und das Institut der deutschen Wirtschaft aus Köln meldet, dass der Fachkräftemangel bereits einen jährlichen Wertschöpfungsausfall von 22 Milliarden Euro verursache. Rekrutierungsprobleme rücken daher in den Fokus der Unternehmensstrategie.

Gleichzeitig sind die Ansprüche der Arbeitnehmer der so genannten Generation Y andere, als man es bislang gewohnt war. Der Fokus dieser neuen Arbeitnehmergeneration dreht stärker in Richtung „Wohlfühlfaktoren“. Die Bezahlung wird für diese Menschen zu einem eher untergeordneten Kriterium. Zudem stehen aufgrund des demografischen Wandels immer weniger Mitarbeiter zur Verfügung. Thomas Vollmoeller, der Vorstandsvorsitzende der XING AG, brachte es in einem Vortrag zum „Employer Branding“ in diesem Sommer auf den Punkt, indem er über die Erfahrungen seines Unternehmens bei der Mitarbeiterrekrutierung berichtete. Nicht Aktienbeteiligungen und Dienstwagen seien heute interessant, sondern die Wohlfühlbedingungen am Arbeitsplatz.

Mitarbeiterführung wird bewertet

So bietet XING seinen Mitarbeitern Duschen nach den Joggingrunden um die Hamburger Alster und eine Fahrradwerkstatt im Haus. Auch haben Mitarbeiter die Möglichkeit, am Standort Barcelona einen Arbeitsplatz „an der Sonne“ vorzufinden – für Vollmoeller ebenfalls ein wichtiges Detail im internationalen Wettbewerb um Fachkräfte. Sicherlich ist die IT-Branche eine der ersten, die diesen neuen Trend besonders stark verspürt, doch der bereits in weiteren Branchen zu beobachtende Fach- und Führungskräftemangel hat auch auf die Callcenter erhebliche Auswirkungen. Und einige CC-Geschäftsführer sehen bereits mit großer Sorge auf die Rekrutierungssituation, sie bemühen sich, ihr Unternehmen bei den Bewerbern gut darzustellen und untermauern dies mit internen Veränderungen. Dass hierzu auch die Pflege von Unternehmensbewertungsportalen wie kununu gehört, versteht sich dabei von selbst. Dort werden allerdings vielen Unternehmen der Branche heute erschreckende Zeugnisse insbesondere in der Mitarbeiterführung ausgestellt.

Der im nächsten Jahr startende Mindestlohn wird dieser Entwicklung jedenfalls im Agentbereich weiter befeuern, denn dann stehen die Callcenter nicht nur mehr im Wettbewerb mit Unternehmen der Branche, sondern praktisch mit jedem anderen Unternehmen jedweder Branche „um die Ecke“, welches den gleichen Lohn zahlen wird. Gerade hier wird es notwendig, andere Anreize als rein finanzieller Art zu setzen. Wertschätzung und eine professionelle Begleitung der Mitarbeiter durch die Personalabteilung wird gerade dadurch immer wichtiger. Während Fortsetzung auf Seite 3

INHALT

TOPTHEMA
Employer Branding:
Wer sucht, findet nicht immer Seite 1

AKTUELL
Das 8. Erfolgreiche Contactcenter:
Gute Themen und gute Gespräche Seite 2

INTERVIEW
Dem Verdrängungswettbewerb entkommen:
Was zeichnet einen ausgezeichneten Callcenter-Arbeitgeber aus? Seite 4

SOCIAL MEDIA
Kontrolleure der Angstökonomie:
Wie Excel-Manager die digitale Gegenwart verschlafen Seite 6

LÖSUNGEN
Telefonservice und Telemarketing in der Social-Media-Welt – Teil 5:
Was ist in, was ist out? Seite 8

PRAXIS
Weiterbildung im Call-/Communication/ Contact-Center – Teil 2:
Feedback ist wichtig Seite 9

PRAXIS
Datenbankmarketing bei Center Parcs:
Informationsmanagements richtig nutzen Seite 11

PERSONALITY
Thomas Hohlfeld – Nichts ist beständiger als der Wandel Seite 13

Fortsetzung von Seite 1

einige Unternehmen bereits beginnen darauf zu reagieren, war lange – gerade weil es sich meist um den Niedriglohnsektor handelt – die Einstellung verbreitet: „Wenn es mit Mitarbeiter X nicht klappt, rekrutieren wir halt einen neuen."

Auch im Bereich der besser bezahlten Führungskräfte war diese Einstellung lange anzutreffen. Gleichzeitig kann aber auch hier ein deutlicher Wandel in der Verfügbarkeit und der Anspruchshaltung festgestellt werden. Wenn man bedenkt, dass heute bereits rund 70 Prozent der Kosten in einem modernen Service-Center auf das Personal entfallen, sollte diese Entwicklung auf breiter Basis Anlass zum Umdenken geben. Nehmen aber die Personalabteilungen diese Herausforderung bereits aktiv an? Kann die Unternehmensleitung sicher sein, dass sich auch zukünftig potenzielle Fach- und Führungskräfte sowie Kundenberater vom Unternehmen so angesprochen fühlen, dass sie sich für den Einstieg (oder auch den Verbleib!) und gegen den Wettbewerb entscheiden? Wie steht es um die Zufriedenheit der Bestandsmitarbeiter? Werden die Unternehmen diese wertvollen Mitarbeiter und das Know-how im Unternehmen „halten" können? Häufig scheint man noch immer diese existenziell wichtigen Fragen dem Zufall zu überlassen.

Geänderte Ansprüche stellen neue, hohe Anforderungen an das Personalmanagement

Die Bindung qualifizierter Mitarbeiter zur Verhinderung des Know-how-Abflusses sowie externes und internes „Employer Branding", also das Entwickeln einer eigenen Arbeitgebermarke, sind die wesentlichsten Herausforderungen des Personalwesens. Die Optimierung der Wahrnehmung des Unternehmens als bevorzugter Arbeitgeber nach innen und außen wird somit zum Top-Thema der Unternehmensleitung und wichtigen Pfeiler zur Sicherung der Unternehmensfortführung. Wie aber soll das Unternehmen reagieren und dies auch nach außen objektiv und professionell vertreten?

Aus Sicht von Arne Spiegelhoff, Projektleiter des TÜV Rheinland für das Arbeitgebersiegel „Ausgezeichneter Arbeitgeber", zeichnet einen guten Arbeitgeber „solide Personalarbeit" und einen „fairen und offenen Umgang mit den Mitarbeitern" aus. Klare und dokumentierte Prozesse gehören hierzu und das praktische Leben von Unternehmenswerten bezogen auf die Mitarbeiter. Die Mitarbeiter müssen sich vom Einstellungsprozess bis hin zum Austritt gut aufgehoben und begleitet fühlen. Dies stellt eine besondere Herausforderung für Vorgesetzte und insbesondere das Personalmanagement dar!

Das TÜV Rheinland Siegel „Ausgezeichneter Arbeitgeber" schafft hier wichtige Hilfestellungen sowohl für das Unternehmen, welches sich keinem einfachen Ranking stellt, sondern klar definierte Kriterien erfüllen muss und damit eine unabhängige Bestätigung seiner Personalarbeit sowie im Audit wichtige Hinweise zur Verbesserung erlangt, als auch für neue und bestehende Mitarbeiter, die sich auf die unabhängig zertifizierte, gute Personalarbeit verlassen können.

Mit „Brief und Siegel" geht es einfacher

Der Standard hilft bei der individuellen Positionierung im Markt und bei der Optimierung der Organisation. Er umfasst bereits im Grundmodul die Bereiche Ethik und Unternehmenskultur, Organisation und Prozesse, Personalmanagement, Personalmarketing und -beschaffung, Personalentwicklung und -controlling, Austritts- und Übergangsmanagement sowie optionale Zusatzmodule wie Elternfreundlichkeit, Digitaler Mitarbeiterschutz, Aktives Gesundheitsmanagement, Lebensphasenorientierung und „Fit für ausländische Arbeitnehmer", nach denen sich das Unternehmen zertifizieren lassen kann, zielgerichtet auf die angesprochene(n) Mitarbeitergruppe(n). Das Unternehmen kann danach aktiv mit dem TÜV-Rheinland- -Siegel „Ausgezeichnete Arbeitgeber" werben und so wesentliche Vorteile im Wettbewerb um Mitarbeiter erlangen.

Es reicht heute nicht mehr, gute Personalarbeit und ein gutes Arbeitsklima nur zu behaupten, sondern sie müssen umgesetzt, gelebt und ständig optimiert werden. Die Auseinandersetzung mit den einzelnen Kriterien ist ein anspruchsvoller Prozess. Besonders bei Themen wie der Beschreibung der Personalprozesse und der Unternehmensvision oder der Entwicklung von Lohnsystematiken und der Weiterbildungsevaluation ist der unterstützende Einsatz von externer Beratung sinnvoll. Zudem sollte auch externes Coaching einbezogen werden, um Führungskräfte dabei zu unterstützen, die Unternehmenskultur in der Praxis umsetzen zu können.

Verbesserte Prozesse, sinkende Rekrutierungskosten und eine verbesserte Mitarbeiterbindung bei geringer Fluktuation durch höhere Mitarbeiterzufriedenheit sind die wesentlichen Erfolgsziele. Zudem müssen diese Werte nach innen wie außen glaubhaft vertreten werden, um im Wettbewerb dauerhaft bestehen zu können.

Zum Autor: Rolf Lohrmann
ist Geschäftsführer der qualitycube GmbH. Er ist spezialisiert auf Qualitätsmanagementsysteme, Kundenservicestrategien und Kundendatenschutz. Letzte berufliche Stationen Lohrmanns vor der Gründung seines inhabergeführten Unternehmens waren der Aufbau und die Leitung eines Service-Centers des börsennotierten Kundenmanagementspezialisten D+S europe AG sowie die Geschäftsführung der Konzerntochtergesellschaft Knowledge Factory GmbH für Qualitätsmanagement und Personalentwicklung. Er bietet gemeinsam mit dem Expertenteam der qualitycube GmbH u.a. Zertifizierungsberatung und -begleitung sowie maßgeschneiderte Unterstützung bei der Neuausrichtung der unternehmensinternen Personalarbeit sowie im Qualitätsmanagement an.
Lohrmann ist European-Business-School- und BDU-zertifizierter Berater für strategische Unternehmensplanung und zertifizierter Auditor für die Qualitätsmanagementsysteme QMCC® und ISO 9001, zertifizierter Assessor für das EFQM-Excellence-Modell sowie Datenschutzberater und -auditor. http://qualitycube.de
http://qualitycube.de/ausgezeichneter-arbeitgeber

TERMIN

24.–26.02.2015, BERLIN

CCW 2015

Wer mit Kunden arbeitet, bekommt auf der CCW Know-how, Trends, topaktuelle Strategien und technische Lösungen geboten. Die europäische Leitveranstaltung für Kundenservice, Kundenkommunikation und Callcenter ist mit der Kombination aus Kongress und Messe die größte Wissensplattform. So stellt die Wucht der digitalen Transformation neue Spielregeln auf und erfordert passende Strategien im Dialog mit dem Kunden. www.ccw.eu