

CallCenterWorld Trendstudie: die Branche bleibt investitionsfreudig

Schweizer Software-Spezialist BSI Business Systems Integration AG befragte über 200 IT-Verantwortliche auf der CallCenterWorld 2009

Baden/München, 2. März 2009 – Die Call-Center-Branche boomt trotz Wirtschaftskrise. Dies bestätigt eine Umfrage unter mehr als 200 IT-Verantwortlichen, die BSI Business Systems Integration AG (BSI) auf der CallCenterWorld 2009 durchführte. Demnach wollen rund 70 Prozent der Studienteilnehmer in Software oder in Hardware oder beides investieren, wobei die Investitionsvorhaben stärker in Richtung Software tendieren. Gefragt sind vor allem Software-Lösungen mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis sowie benutzerfreundliche und modulare Systeme, die eine Integration in die bestehende IT-Umgebung ermöglichen. Die Kriterien Prozessautomatisierung und Multikanalfähigkeit gehören noch nicht zum Standard in Call-Center-Software.

Wer in diesem Jahr über die Branchenmesse CallCenterWorld, die vom 17. bis 19. Februar 2009 in Berlin stattfand, schlenderte, dem fiel eines sofort auf: die positive Grundstimmung, die man sowohl in den Gesichtern der Besucher und Aussteller sehen konnte und die in den oft angeregten Fachgesprächen mitschwang. Der Messeveranstalter Management Circle zählte rund 7.500 Besucher, was eine Steigerung um vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr bedeutet, sowie 250 Aussteller. „Der Call-Center-Branche geht es gut. Das zeigten nicht nur die Gespräche an unserem Stand, sondern auch unsere Umfrageergebnisse“, berichtet Catherine B. Crowden, Marketing Manager bei BSI Business Systems Integration AG.

Die Mehrheit will investieren und zwar in Software

Rund 70 Prozent der Studienteilnehmer wollen 2009 in IT-Lösungen investieren. Dabei bewegen sich die Investitionsvorhaben zugunsten von Software, denn mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Befragten sind der Meinung, dass Software dabei helfen kann, die Leistungsfrequenz der Mitarbeiter zu steigern. Gut zwei Fünftel der IT-Verantwortlichen (44 Prozent) sind der Meinung, dass sich gute Call-Center-Lösungen schnell rechnen. Andere Investitionsimpulse sind die punktgenauen Reaktionsmöglichkeiten, die Software-Lösungen bieten und die Verknüpfung mit anderen Abteilungen, beispielsweise dem Marketing. Auch das Ziel Effizienzsteigerung war von einigen Befragten zu hören.

Flexible, einfach zu bedienende und günstige Lösungen sind gefragt

Auf die Frage, was die drei wichtigsten Kriterien bei der Auswahl von Call-Center-Software sind, stand die Flexibilität der Systeme im Vordergrund: Software-Lösungen sollten einfach mit bestehenden IT-Systemen integrierbar sein (64 Prozent) und dank modularem Aufbau mit dem Unternehmen wachsen (53 Prozent). 68 Prozent der Studienteilnehmer ist die Benutzfreundlichkeit wichtig und nahezu ebenso viele der Befragten (65 Prozent) bevorzugen Software mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Prozessautomatisierung und Multikanalfähigkeit sind noch nicht Standard

„Dass die Kriterien Flexibilität, Benutzerfreundlichkeit und günstiges Preis-Leistungsverhältnis ganz oben auf der Wunschliste für Contact-Center- und CRM-Tools zu finden waren, überrascht mich nicht. Verblüffend war hingegen, wie selten die Kriterien Prozessautomatisierung und Multikanal-Fähigkeit angekreuzt wurden“, kommentiert Christian Rusche, CEO bei BSI Business Systems Integration AG, die Umfrageergebnisse. Lediglich 22 Prozent der Befragten nannten Workflow-Automatisierung als Entscheidungskriterium. Dabei gibt ein solches System Reaktionsleitfäden für die wichtigsten Arbeitsprozesse vor, was die Arbeit der Agenten nicht nur vereinfacht und den Stressfaktor minimiert, sondern auch die Einarbeitungszeit erheblich verkürzt und dadurch die Kosten senkt. Gleichzeitig wird auch die Wartezeit für die Kunden minimiert und die Servicequalität verbessert. 28 Prozent der von BSI befragten Unternehmensvertreter finden es wichtig, dass ihre Lösung multikanalfähig ist, also die Reaktion auf Anfragen per Telefon, E-Mail, Brief oder Internet-Formular ohne Medienbrüche ermöglicht – je nachdem, welchen Kanal der Kunde wünscht.

„Aus unserer Sicht zeigen diese Umfrageergebnisse, dass sich Prozessautomatisierung und Multikanalfähigkeit noch nicht als Standard-Auswahlkriterien etabliert haben. Unsere Kunden, die beides von BSI CRM kennen, möchten diese beiden entscheidenden Vorteile nicht mehr missen: Ein Anliegen kommt über einen beliebigen Kanal ins Unternehmen, wird Schritt für Schritt, durch das ganze Unternehmen gelotst und sauber abgearbeitet, am Ende der Kunden über „seinen“ Kanal informiert. Stockt der Prozess, wird eskaliert“, so Rusche.



Bilder zur Call-Center-Studie von BSI finden Sie unter: http://www.gcpr.de/1-1/bsi_BSI_Umfrage_CCW09.html.

Ein **Video-Interview** mit Christian Rusche auf der CallCenterWorld gibt es unter: <http://www.bsiag.com/index.php?id=152>.

Unternehmenskontakt:

Catherine B. Crowden, BSI Business Systems Integration AG, Täferstrasse 16a, CH-5405 Baden, T +41 (0)56 484 16 24, M +41 (0)76 426 15 30, F +41 (0)56 484 19 30
catherine.crowden@bsiag.com, www.bsiag.com

Pressekontakt:

GlobalCom PR-Network, Münchener Str. 14, D-85748 Garching bei München, Wibke Sonderkamp und Jessica Schmidt, T +49 (0)89 360363-40, wibke@gcpr.net, bzw. Jessica@gcpr.net, www.gcpr.de

Wir schaffen intelligente Kundenbeziehungen. BSI ist das Schweizer Unternehmen für erfolgreiche Software-Lösungen. Mit BSI CRM bieten wir das führende Schweizer Produkt für Customer Relationship Management an. BSI Counter ist ein Produkt für den Point of Sale, BSI CTMS für klinische Studien in der Pharmabranche. Wir sind auf die Dienstleistungen Systemintegration, Software-Entwicklung, Beratung und Support spezialisiert. Zu unseren Kunden zählen ABB, Adidas, Hermes Logistik Gruppe, M-net Telekommunikations GmbH, PostFinance, PricewaterhouseCoopers, Roche, Sika, die Schweizerische Post, UBS Card Center AG und weitere Unternehmen aus den Branchen Finanzdienstleistungen, Pharma, Beratung, Herstellung, Logistik und Medien.