

Leadmanagement durch Callcenter-Dienstleister aus der Sicht eines Kunden

Die weltweit größte Messe für Logistik, Telematik und Verkehr endete in München mit einem Flächen- und Ausstellerrekord sowie rund 48.000 Fachbesuchern. Die Mitarbeiter vom CallCenter Scout waren vor Ort und kamen mit Spediteuren und deren Zulieferern ins Gespräch. **Rüdiger Bäcker** von der Firma @toll GmbH aus Bruchsal war auskunftsfreudig und berichtete von der Implementierung eines Callcenters in seine Vertriebsprozesse.

Scout: Herr Bäcker – vor fast 2 Jahren haben Sie sich mit dem Gedanken beschäftigt einen externen Dienstleister in Ihren Vertrieb zu integrieren. Was wussten Sie bis zu diesem Zeitpunkt über Callcenter?

Rüdiger Bäcker: Wir hatten vor längerer Zeit Callcenter temporär eingebunden. Die Erfahrungen waren sehr unterschiedlich. Nach einer ersten erfolgreichen Kampagne waren die darauffolgenden zwei Kampagnen ohne verwertbares Ergebnis, da es hierbei in der Abarbeitung an Transparenz fehlte. Aus diesem Grund stellten wir unser Engagement damals ein.

Scout: Wie haben Sie nach einem Callcenter gesucht und über welchen Weg sind Sie fündig geworden?

Rüdiger Bäcker: Wir haben uns online auf die Suche nach einem Dienstleister begeben. Das Angebot ist ja riesig. Aber so richtig konnte ich keinen Dialog aufbauen, da es mir schwer fiel die Anforderungen in der Callcenter-Sprache zu formulieren. Dann fand ich den Callcenter Scout. Hier wurde ich ausführlich am Telefon beraten und aus meiner Anforderung wurde eine dedizierte Projektbeschreibung. Die Angebote, die daraus resultierten waren vergleichbar und die Auswahl fiel dann leicht.

Scout: Was war für Sie ausschlaggebend bei der Entscheidung für den einen Dienstleister?

Rüdiger Bäcker: Ich hatte mir die verschiedenen Callcenter persönlich vor Ort angeschaut. Da sich die Call-Agents in unserem Namen melden, war mir bei der Auswahl des Callcenters die Qualität ganz besonders wichtig. Mein positives Gefühl bei der ausgewählten Agentur hat sich inzwischen bestätigt.

Die nicht zu vermeidende Einarbeitungszeit war sehr effektiv. Die Call-Agents führen die Gespräche in einer sehr geschickten Art und Weise zum vereinbarten Ziel. Wir haben jederzeit Zugriff auf unsere aktuellen Daten. Das Management versteht sein Handwerk und ist proaktiv im Sinne des Kunden unterwegs.

Scout: Wie wichtig ist Ihnen Branchen-Know-how bei der Auswahl Ihres Partners gewesen?

Rüdiger Bäcker: Es kommt weniger auf das Branchen-Know-how an. Viel wichtiger ist die Professionalität, im Besonderen die Ausbildung der Call-Agents, die Bereitschaft für Neues und das Engagement jeden Tag ein bisschen besser zu werden.

Scout: Callcenter bieten als Dialogmarketing-Agentur einiges mehr als nur Telefonie. Inwiefern können Sie sich vorstellen weitere Services von Ihrem neuen Partner einzukaufen?

Rüdiger Bäcker: Wir hatten Glück und sind bei einem sehr kreativen Callcenter gelandet welches aktiv an neuen innovativen Marketingideen mitarbeitet oder sogar proaktiv vorschlägt. Demnach ist dieses der logische nächste Schritt.

Scout: Wie transparent ist für Sie die Arbeit Ihres Dienstleisters?

Rüdiger Bäcker: 100%. Wir dürfen uns sogar live in Gespräche einschalten und mithören.

Scout: Wie beurteilen Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Dienstleisters im Vergleich zu einer Inhouse-Lösung?

Rüdiger Bäcker: Das kann ich nicht beurteilen. Wir haben dieses Know-how nicht.

Scout: Was tun Sie dafür, dass die Mitarbeiter Ihres Dienstleisters auf dem Laufenden gehalten, geschult und motiviert werden?

Rüdiger Bäcker: Wir nehmen die Mitarbeiter mit auf Messen und Veranstaltungen. Ansonsten kümmert sich der Dienstleister selber darum.

Scout: Wie viel Zeit/Aufwand widmet Ihnen der Ansprechpartner (Projektleiter) Ihres Dienstleisters im Schnitt wöchentlich/monatlich?

Rüdiger Bäcker: Vier Stunden pro Woche,... mindestens. Meistens mehr.

Scout: Würden Sie Ihren Dienstleister weiterempfehlen?

Rüdiger Bäcker: Haben wir schon. Inzwischen ist er auch für unsere Partner tätig! ■



Rüdiger Bäcker

Geschäftsführer, @toll GmbH
Bruchsal, Deutschland