

WEB 2.0 hautnah

Callcenter- Dienstleister werden zu Dienstleistern der SEO-Agenturen

Servicelevel 80/20 war gestern. Aktuell wird 90/10 angeboten, und das für 99 Euro im Monat, 100 Calls inklusive. Willkommen in der Preisschlacht rund um's Inbound-Geschäft!

Experten sprechen von einem Rückgang der Outbound-Telefonie in Deutschland von rund 60% seit 2005. Gleichzeitig wächst der Markt der Callcenter-Dienstleister unaufhörlich. Gesetzesnovellen noch und nöcher, Datenschutz und die Verzweiflung der Callcenter-Betreiber adäquates Personal für die Outbound-Telefonie zu rekrutieren, folgern den Fokus auf das Inbound-Geschäft, wenngleich auch hier der Gesetzgeber rumpienzt (siehe Warteschleifengesetz¹...)

Klingt irgendwie logisch, dass lieber Anrufer bedient werden, als Anzurufernde zu überzeugen – von was auch immer. Wodurch unterscheiden sich nun aber die Callcenter-Dienstleister voneinander, wenn es darum geht für den Auftraggeber einen telefonischen Sekretariatsservice, eine Bestellhotline oder gar den technischen Support abzubilden. Egal, welchen Anbieter man befragt, alle schmücken sich mit der besonderen Kompetenz der Mitarbeiter, mit Differenzierung durch Mehrsprachigkeit, mit Branchen-Know-How und neuerdings auch mit einem Servicelevel von 90/10. Soll heißen: 90% aller Anrufe werden innerhalb von 10 Sekunden an einen Agenten verbunden. Bis vor kurzem galt hier noch 80/20 als standardisierte Vorgabe.

Kontrollieren tut's eh keiner, und bei der Integration von Sprachsteuerung und IVR-Skripten² ist fraglich, wann die Stoppuhr eingeschaltet wird, wenn schon vor dem ersten Klingelzeichen minutenlange Eingabeaufforderungen durch den Hörer schallen (bei VoIP³ auch teilweise hallen...).

Und dann der Kracher: 99 Euro für 100 Calls pro Monat bei einer AHT⁴ (average handling time) von 200 Sekunden. ➔

1: Die Telekommunikations-Gesetzes-Novelle beinhaltet eine verbraucherfreundliche Warteschleifenregelung. So werden telefonische Warteschleifen künftig für alle Arten von Sonderrufnummern bei Anrufen aus dem Festnetz sowie aus dem Mobilfunknetz kostenlos.

2: Interactive Voice Response (IVR) ist ein Sprachdialogsystem mit dem Anrufer über das Telefon oder andere akustische Medien teil- oder vollautomatisierte Dialoge führen.

3: Telefonie über Internet, Voice over IP, IP-Telefonie oder Internet-Telefonie

4: engl. Average Handling Time = Durchschnittliche Bearbeitungszeit.

Da wollen wir doch mal den Taschenrechner bemühen – **AUFGERUNDET:** 100 Eu für 100 Calls à 3 Minuten ergibt nach Adam Riese einen Minutenpreis von 33 Cent.

Also: 19,80 € Stundenumsatz für das Callcenter... – Erstes Schuljahr, erstes Semester, erste Stunde Callcenter-Management – wer daran teilgenommen hat, weiß: über 80% Produktivität im Inbound ist Menschenquälerei. Soll heißen 19,80 € X 0,8 = maximal 15,84 Euro Stundenumsatz!!!

Und das kommt nur dann wirklich zu Stande, wenn der Personal-Einsatzplan(er) perfekt funktioniert und der Auftraggeber nicht durch unkoordinierte Marketing-Aktionen

„ ICH WAR JUNG UND BRAUCHTE DAS GELD “

Peaks⁵ provoziert, die zur Mitarbeiter-Aufstockung motivieren, wenn's schon zu spät ist.

Wenn sich der Callcenter-Dienstleister nicht mit staatlichen Subventionen stopfen lässt und/oder keine Scheu hat das Geld der Investoren und Kreditgeber zu verbrennen („Mein Gott Walter“), kann diese Rechnung nicht aufgehen. Auch nicht mit 7,50 €-Agenten, die auf der Stirn zu stehen haben „ich war jung und brauchte das Geld“ – und schon gar nicht 24/7.

ES GEHT DOCH: SEO macht's möglich

Hohe Erreichbarkeit bei einem 90/10-Servicelevel kann nur mit permanenter Überbesetzung erlangt werden. Überbesetzung heißt: mehr Personalkosten bei weniger Produktivität. **Die Lösung: Auslastung während der Nichttelefoniezeit.**

Noch gar nicht lange her, da hat man den Inbound-Agenten während der Wartezeiten, also in den anrufschwachen Phasen, ins Outbound-Team geschickt, um ihn bei Warteschleifen-Anstieg wieder zurück zu pfeifen. Das Modewort „Hybrid-Agent“ entstand – ohne Rücksicht auf Verluste. Mitarbeiter-Umfragen beweisen, dass Motivation anders funktioniert.

Die wahre Lösung heisst: SEO.

Den Mitarbeitern macht's Spaß, die Agenturen zahlen horrende Preise – teilweise sogar nach dem allseits geliebten Produktivstunden-Abrechnungsmodell (40-50 Euro pro Stunde sind hier normal) –, der Auftraggeber für das Inbound-Projekt freut sich über bestmögliche Erreichbarkeit,

und der Callcenter-Dienstleister kann endlich Dumpingpreise für telefonische Sekretariats-Services offerieren. Win-Win-Win-Win-Situation.

Und so funktioniert's

Fallbeispiel:

Die SEO-Agentur Google-Super-Hacker ltd. (Name von der Redaktion frei erfunden) hat den Auftrag erhalten, für den Kunden Wasserbetten-Huber aus Hamburg (ebenfalls frei erfunden) für die Internetseite www.wasserbetten-huber-hamburg.de (gibt's nicht! – frei erfunden) bestmögliche Suchergebnisplätze auf Google zu provozieren.

Da Google die Reihenfolge der Suchergebnisse nach dem Schema „Der Sucher findet das, was er wirklich sucht“ festlegt, ergibt sich ein Wettlauf zwischen den Google-Roboter-Algorithmus-Schreibern und den SEO-Agenturen, dem Suchroboter eben diese relevanten Ergebnisse zu präsentieren. Hierbei zählen zum einen die auf der jeweiligen Internetseite eingehaltenen Spielregeln (Google gibt sie vor), zum anderen aber ebenso die Quantität und Qualität der Verweise auf die zu optimierende Internetseite, auch Backlinks genannt. Also, wenn viele und möglichst themenrelevante Seiten auf eine andere verweisen, ist davon auszugehen, dass die Internetseite, die im weltweiten Netz oft benannt wird, mit wertvollen Inhalten für den Sucher aufwartet.

Aber nicht nur die Verweise/Backlinks sind ein Motor für Suchmaschinen-Optimierung. Wichtig sind auch So-

■ WER FACEBOOK KANN, IST IN WENIGEN MINUTEN EINGEARBEITET

cial Bookmarks, Blogs mit Dofollow Links⁶, die nicht die www-Adresse anzeigen sondern die relevanten Suchbegriffe.

So gilt es für Wasserbetten-Huber die Keyword-Kombi „Wasserbett“ & „günstig“ mit einer Ziel-URL zu verlinken – am besten mit einer extra dafür kreierten Landingpage, welche zusätzlich mit 20 oder besser 50 Accounts als Social Bookmark gespeichert wird. Google-Super-Hacker Ltd. designt die SEO-Strategie, wann wie viele Links in Foren, Blogs und Artikelverzeichnissen gesetzt werden sollen.

Und jetzt kommt der Callcenter-Dienstleister ins Spiel: Als Dienstleister für die SEO-Dienstleister werden nach einer streng vorgegebenen Abarbeitungsmatrix nun Accounts

5: Der Begriff Peak kommt aus dem Englischen und bedeutet ‚Gipfel, Spitze‘. In der Messtechnik und Statistik bezeichnet man einen signifikanten Spitzenwert als Peak.

6: Gegenteil von „Nofollow“. Das Nofollow-Attribut im Quelltext einer Internetseite verhindert, dass Suchmaschinen einen Hyperlink in einem Text, diesen als solchen erkennen. Somit wird die Relevanz für die Bewertung der Linkpopularität umgangen. Das Dofollow-Attribut erlaubt diese Nachvollziehbarkeit.

bei Freemailern, Social-Bookmark-Diensten und Freeblog-Anbietern angelegt und fleißig Backlinks produziert.

Die Handhabung ist selbst für einen Hauptschulabbrecher ein Kinderspiel – Daily Business in Deutschlands Kinderzimmern. Wer Facebook kann, ist in wenigen Minuten eingearbeitet.

Der Erfolg gibt den SEO-Agenturen Recht: Selbst Betten-Huber, der mit seiner Frau und seinem 16-jährigen Bub einen seit 20 Jahren nie wirklich funktionierenden Wasserbettenladen betreibt, wird auf einmal mit Bestellungen überschüttet, weil er im Internet gefunden wird. Somit ist eine neue Form des Marketings geboren.

Es gibt Callcenter-Dienstleister, die in der beschriebenen Art und Weise des Nachts mit 50 Agenten eine Hotline betreuen, bei der, wenn's hoch kommt, 15 Calls pro Stunde eintrudeln. **100% Erreichbarkeit – SEO machts möglich.** Im hier beschriebenen Fall ist der Auftraggeber eines der prominentesten Online-Versandhäuser Europas.

Und das ist nur eine der administrativen, jenseits vom Telefonhörer zu erbringenden Leistungen, die das Web 2.0 den Callcenter-Agenten mitbringt. Egal, ob es darum geht Presseportale mit Pressemeldungen zu versorgen oder sich auf die Suche nach unerwünschten Einträgen auf Social-Media-Plattformen zu machen – das Spielfeld für den Callcenter-Agenten mit Online-Affinität scheint unendlich.

Wer für seinen Kunden die Hausaufgaben rund um's Online-Marketing gut erledigt, provoziert unweigerlich mehr Klicks, somit mehr Kundenkontakt, mehr E-Mails, mehr Anrufe, mehr Umsatz, mehr Profit. So soll es sein.

Stellt sich die Frage, wie lange sich die Suchmaschinen noch etwas vorgaukeln und das moderne Callcenter-Spamming zu lassen.

Eines ist aber sicher: Online-Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Social-Media-Controlling etc. sind in der operativen Ausführung perfekte Aufgaben für den klassischen Callcenter-Agenten, da er mit allen Techniken ausgestattet ist, die hierfür nötig sind, und zudem Stimme und Nerven geschont werden. Ein Agent mit 5 Anrufen pro Stunde ist in der Regel wesentlich motivierter am Telefon als einer mit 15 oder gar 20.

Die richtig guten Callcenter-Agenten betreuen einen Hilfesuchenden am Telefon, während parallel ein Blog zum Thema Wasserbetten eröffnet und eine Chatanfrage mit einem Standardtext beantwortet wird. Dabei wird ein Keks in den Kaffee gedippt und die SMS der Freundin beantwortet – natürlich unter dem Tisch – Handys am Arbeitsplatz sind verboten.

Der Callcenter-Agent 2.0 ist geboren! ■

FAKTEN, Hypothesen und Prognosen:

- Der Boom der SEO-Agenturen wird in weniger als 12 Monaten abflauen.
- Das Budget für Onlinemarketing hat sich im Querschnitt aller Branchen in den letzten 5 Jahren in Europa vertausendfacht und wächst weiter.
- Das Durchschnittsalter der Callcenter-Agenten bei deutschen Callcenter-Dienstleistern ist höher als das von promovierten Ärzten in deutschen Krankenhäusern.
- Das Gehaltsniveau von Mitarbeitern der Callcenter-Dienstleister wird sich in den nächsten 5 Jahren verdoppeln.
- Google verzeichnete 2010 15% weniger Suchanfragen als 2009 – Tendenz weiter fallend.
- Die Nutzung des Internets wird sich immer mehr verlagern (vom Aufruf der Internetseiten hin zur Bedienung von Apps).
- Suchmaschinen werden im Online-Marketing in weniger als 5 Jahren keine Rolle mehr spielen.
- Telefonische Sekretariats-Services wird es sehr zeitnah als AdOn zum Handyvertrag geben.
- Callcenter Arbeitsplätze werden künftig, technisch gesehen, zum Großteil virtualisiert sein.
- Das Leistungsportfolio von Callcenter-Dienstleistern nimmt weiterhin zu, so dass ein Contact-Center-Mitarbeiter im Durchschnitt weniger als 25% seiner Arbeitszeit mit Telefonieren verbringen wird.
- Instant Messaging (IM) gehört zur Standardausstattung eines Callcenter-Arbeitsplatzes.
- Das Faxgerät stirbt aus.

Panzerband

Der etwas andere Leserbrief ...

...erreichte die SCOUT-Redaktion via e:Mail am 01.04. 2011

Hallo SCOUT-Redaktion,

ich heiße XXX (von der SCOUT Redaktion entfernt), arbeite in einem Callcenter in Berlin und bediene in den Nachtschichten mehrere Inbound-Hotlines. Immer wenn die Hotlines ruhig sind, haben wir die Aufgabe, Texte für Blogs zu schreiben, die dann mit einem Schlüsselwort auf eine Internetseite verweisen. Wir sind völlig frei in dem, was wir schreiben. Es sollte halt nichts Politisches, Kriminelles (ist ja das gleiche ;-)) oder Sexuelles sein.

Meine Aufgabe: Schreibe einen Text mit mindestens 300 Wörtern, in dem das Wort Panzerband zwei- bis dreimal vorkommt; verlinke dieses Schlüsselwort mit der Internetseite des Kunden und poste den Text auf diversen Social-Media-Plattformen.

Ich habe mir dann einen Text ausgedacht, der mittlerweile 162.000 Mal gelesen wurde. SM ist echt cool! – also Social Media...

Kein Seil zur Hand? Nimm Panzerband!

Nun sind wir seit 14 Jahren verheiratet und gestern platzte bei uns zu Hause die Bombe.

Obwohl geplatzt ist eigentlich gar nichts. Röte schoss mir ins Gesicht und drohte, meinen Kopf wie eine Bombe zerplatzen zu lassen, als meine Frau mir offenbarte, was sich aktuell in ihren Fantasien abspielte. Gemeint sind die Fantasien, die entstehen, wenn wir uns im Schlafzimmer, auf dem Küchentisch oder auf unserem Segelboot dem hingeben, wofür es viele schmutzige Synonyme gibt. Aber das, was ich zu hören bekam, war mehr als schmutzig. Ich wusste gar nicht, dass meine liebe Jenny sich traut, die Worte in den Mund zu nehmen, die wir Lennart, trotz seiner 12 Jahre, ständig versuchen zu verbieten.

Vielleicht wäre es gar nicht so schlimm gewesen, wenn Jenny nur die mir bekannten Worte verwendet hätte, bei der Beschreibung dessen, was künftig unsere Zweisamkeit bestimmen

sollte, wenn Lennart mal wieder bei seinem Schulfreund übernachten würde. Die Rede war von Dominanz, Hingabe und grenzenlosem Vertrauen, gepaart mit Fachtermini, die ich, ehrlich gesagt, nach Jennys Offenbarung erst mal ergoogeln musste.

Ein Mann – ein Wort! Mir blieb auch nichts anderes übrig, als meine Frau nun mit meinen semiprofessionellen Fesselkünsten zu begeistern. Schließlich war wieder einer dieser Abende, an denen Lennart aushäusig schlief.

Unsere Garage hat wirklich viel zu bieten. Aber partout nichts, womit ich mir auch nur annähernd hätte vorstellen können, meine Gattin so zu fixieren, wie sie es sich gewünscht hatte. Und selbst als Segler konnte ich nur mit Tauen aufwarten, die so rau waren, dass ich eines der definierten Tabus – bleibende Spuren – verletzt hätte. Und dann fand ich endlich die Lösung – eine Lösung, die ich jedem, auch jedem Profi dieser Spielarten, nur wärmstens empfehlen kann: Panzerband! Seinerzeit bestellt auf (von der Redaktion gestrichen).

Stabil, hitzebeständig und wasserabweisend. Panzerband ist ein Gewebeklebeband und besteht aus einer Kunststoffschicht als Trägerfolie, verstärkt mit grobem Gewebe. Panzerband haftet hervorragend, auch auf rauen Oberflächen wie z.B. Stein, und somit auch fantastisch an den Stelzen unsres Ikea-Bettes.

Das Geniale an Panzerband ist, dass es sich quer ohne große Kraftanstrengung und ohne Schere zerreißen lässt, in Längsrichtung jedoch praktisch unzerreißbar bleibt.

Was soll ich sagen? Ich konnte meine Frau begeistern!



Wir Jede Marke hat ein Herz. bringen es zum Schlagen.

Einprägsame Marken leben von einprägsamer Kommunikation. Live-Kommunikation von Vogelsänger Event bewirkt, dass Ihre Marke nachhaltig in Erinnerung bleibt. Weil sie auf einer durchdachten strategischen Basis aufsetzt und den Kern ihrer Marke präzise transportiert. Und weil sie es versteht, diesen Kern so eindrucksvoll und

außergewöhnlich in Szene zu setzen, dass er unvergesslich wird. Dies alles unter Einsatz aller Inszenierungs-Tools, die die gesamte Vogelsänger Gruppe für Foto, Film und Multimedia bereit hält. Kein Wunder, wenn das Herz Ihrer Marke schlägt und schlägt und schlägt ...



IMAGINE
the power of emotions.