

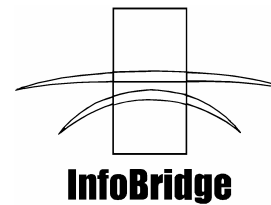
CRM Roundtable 2007

Status und Trends im Call Center Markt Schweiz

Management Präsentation

Frank Flügel, Managing Partner, InfoBridge GmbH

26. April 2007

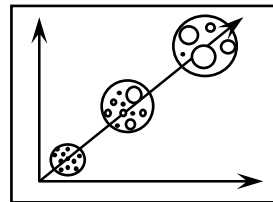


Wesentliche Erkenntnisse

- **Der Konzentrationsprozess** im CC-Markt Schweiz beschleunigt sich
- **Ausländische Anbieter** und Unternehmen steigen verstärkt in den **Call Center Markt** ein
- Die Ausbildung **neuer Gruppen** und Gesellschaften mit **hoher Kapitalkraft** und internationalen Netzwerken nimmt zu
- Beteiligungen und strategische **Kooperationen** erstrecken sich über die **gesamte Wertschöpfungskette** möglicher Customer Services

Konzentration und internationale Vernetzung werden weiter stark zunehmen

Trend 2010



- Konzentration auf dem Call Center Markt mit einigen wenigen verbleibenden Spezialanbietern
- Zunehmende Vernetzung und Globalisierung
 - Weltweite Servicenummern
 - Weltweite Unternehmensbetreuung
- Entwicklung eines paneuropäischen Marktes

Die grossen Anbieter schliessen die Wertschöpfungskette und werden zu Full Service-Providern

Trend 2007



Wertschöpfungskette

- Top-Anbieter leisten sich Full Service-Angebote
- Steigende Integrationstiefe durch Technologieeinsatz und hohes Mitarbeiter Know how
 - Einkauf von Know how und Best Practices
 - Angliederung von Support-Unternehmen (Druck, Direktmarketing)

Kommentar

- Ein hoher Anteil von Schweizer Unternehmen verzichtet auf ein eigenes internes Call bzw. Service Center
- Interne Call Center werden oft nur operativ - aufgrund von Volumenschwankungen - durch Outsourcing-Lösungen ergänzt
- Bei Outsourcing-Entscheidungen stehen immer noch die Kostenaspekte im Mittelpunkt
- Der steigenden Erwartungshaltung nach individuellen Kundenservices und schnellen Reaktionszeiten wird durch zunehmende Automatisierung (z.B. First-level-Support) oft wenig entsprochen

Aufteilung der Stichprobe nach befragten Unternehmen mit bzw. ohne internes Call Center

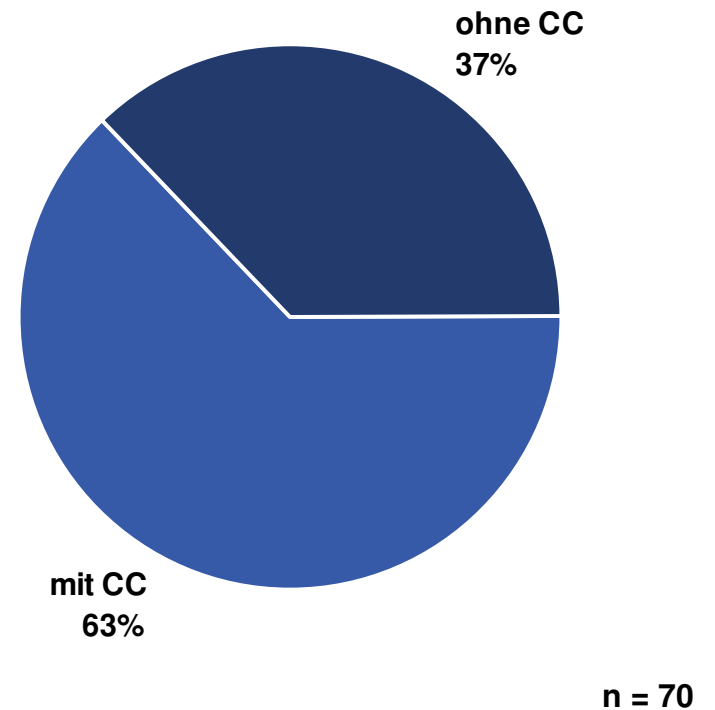
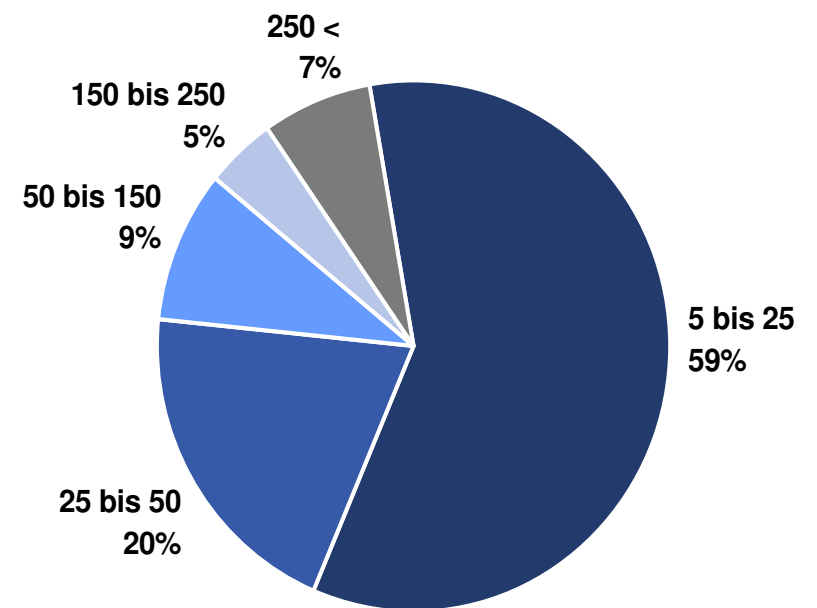


Abb: Stichprobe nach Unternehmen mit bzw. ohne internes Call Center

Kommentar

- Der zunehmende Kostendruck zeigt sich deutlich bei der Anzahl der intern festangestellten Mitarbeiter (FTE`s)
- Der Einsatz von temporären CC-Mitarbeitern und Shared Agents ist für die Effizienzsteigerung unerlässlich geworden
- Die zunehmenden Qualitätsansprüche und die notwendige Bindung von höher qualifizierten Mitarbeitern werden zu neuen Vertragsformen und Vergütungsmodellen eines virtualisierten CC-Managements führen

Mitarbeiter-Kategorie (FTE`s) nach Anzahl der Angestellten von Call Centern in der Schweiz



n = 45

Abb: Mitarbeiter-Kategorien (FTEs) nach Anzahl Angestellte

Kommentar

- Der heutige Konzentrationsschwerpunkt liegt im Bereich der Inbound-Services
- Die Potentiale von Outbound-Aktivitäten - insbesondere im Hinblick auf Kundenbindungsmassnahmen, dem Cross- und Up-Selling – werden zur Zeit nicht ausgeschöpft
- Vor allem KMU's müssen sich den Outbound-Themen stellen und über Einstiegslösungen und Best Practices sensibilisiert werden

Telefonmarketing-Kategorien interner Call Center in der Schweiz

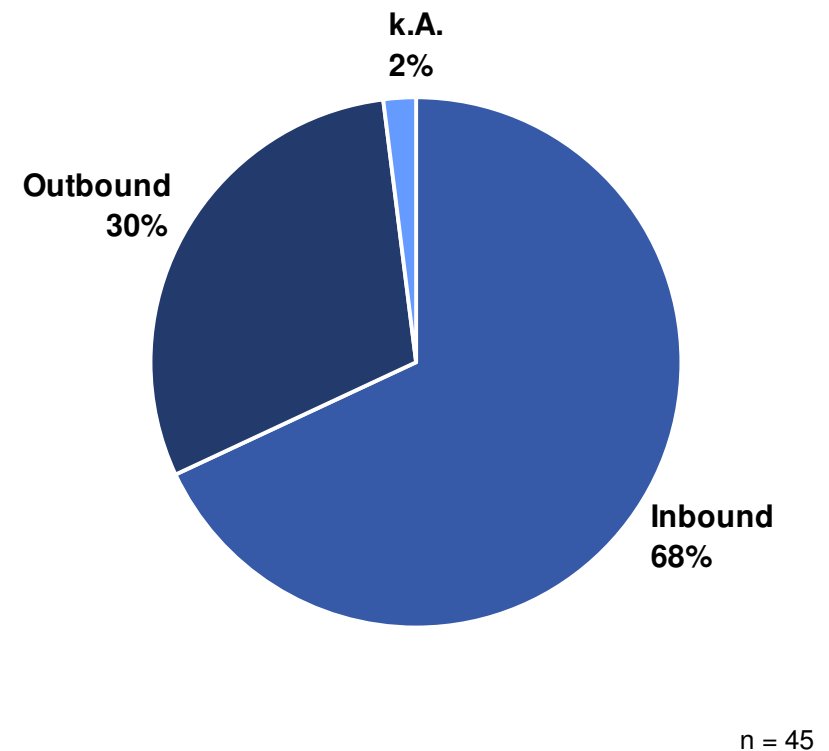


Abb: Service-Kategorien interner Call Center nach In- und Outbound

Studie: Interne Call Center in der Schweiz 2006

Kommentar

- Die klassischen Themen wie Customer Care Helpdesk und Produkteservices/ Auskunft stehen im Sinne des First-level-Supports im Mittelpunkt der Inbound-Aktivitäten
- Gerade die Basisdienstleistungen werden durch Technologieeinsatz vermehrt automatisiert – mit dem Ergebnis zunehmender Effizienzsteigerungen und sinkender Kundenzufriedenheit
- Die Chancen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und –bindung, welche gerade im Beschwerdemanagement liegen, werden von den befragten Unternehmen bisher meist nicht genutzt

Inbound-Kategorien interner Call Center in der Schweiz

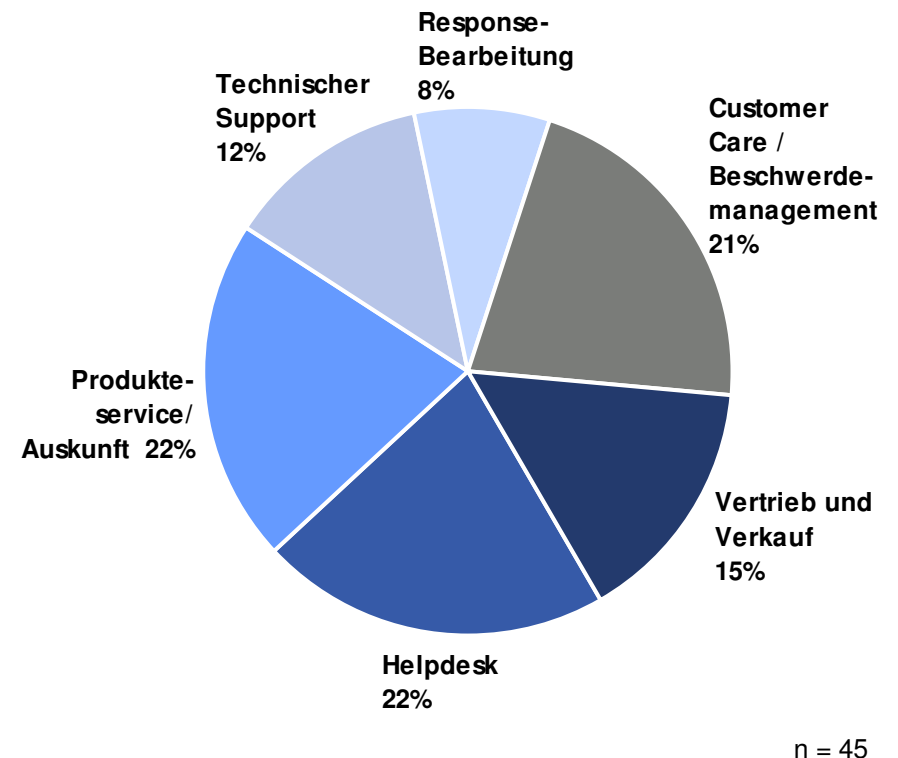
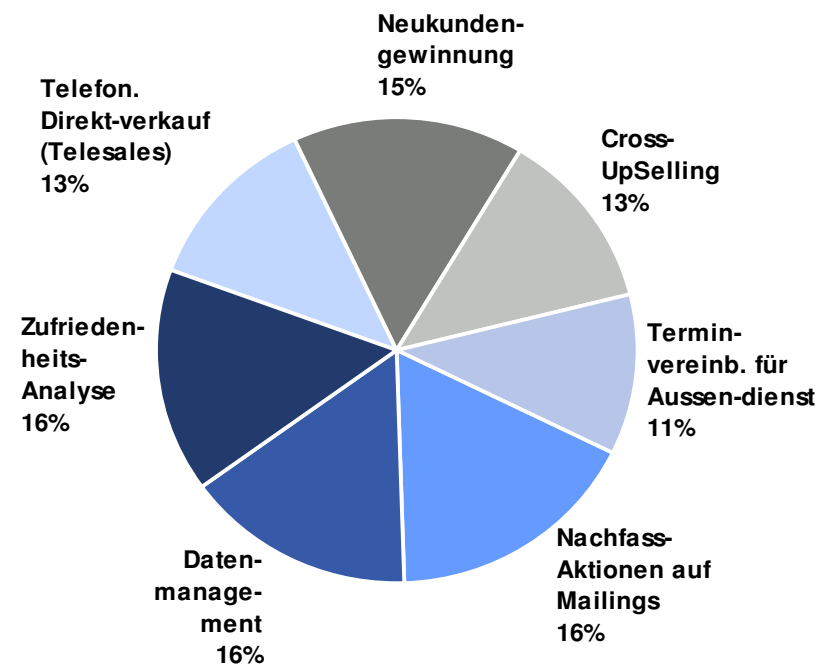


Abb: Inbound-Kategorien interner Call Center

Kommentar

- Viele Outbound-Aktivitäten sind oft nicht in den kontinuierlichen Vertriebsprozess eingebunden, d.h. viele Massnahmen werden ad hoc durchgeführt und bleiben wirkungslos
- Die Identifikation und Integration von neuen, spezialisierten Dienstleistern bereitet Unternehmen aufgrund der nicht durchgängigen Prozesse grosse Schwierigkeiten
- Der Grund liegt meist in der immer noch funktionalen Organisation des Marketing und Vertriebs
- In der Individualisierung und Synchronisierung der Einzelmassnahmen unter Berücksichtigung des Kundenlebenszyklus liegt der künftige Erfolg

Outbound-Kategorien interner Call Center in der Schweiz



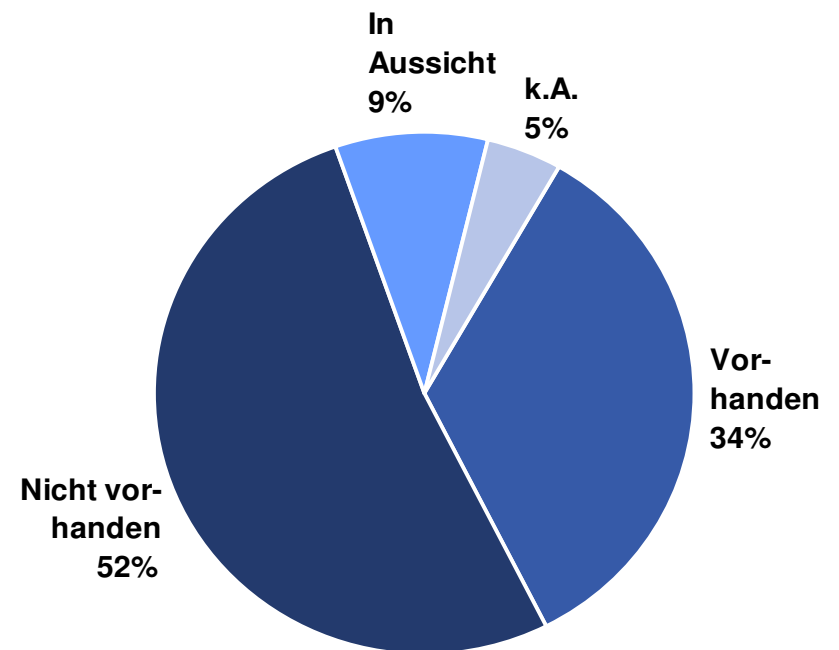
n = 45

Abb: Outbound-Kategorien interner Call Center

Kommentar

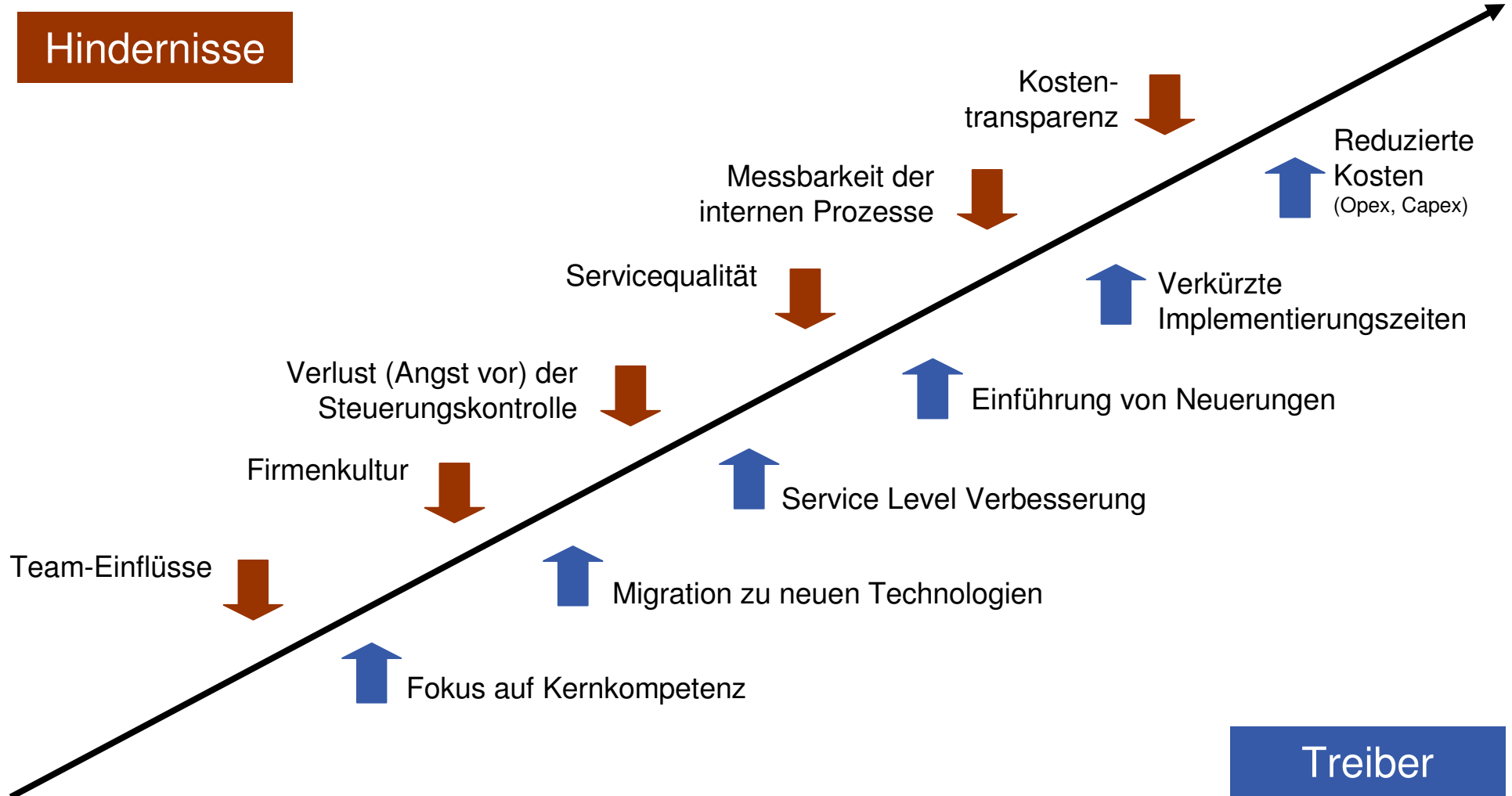
- Die Vorteile einer Zusammenarbeit mit externen, spezialisierten Anbietern sind oft nicht bekannt
- Oft fehlen interne Benchmarks, um eine kennzahlengestützte Bewertung potentieller Partner vornehmen zu können
- Es Bedarf einer Vertrauenskultur und positiver Referenzerlebnisse, um die Kundenschnittstelle an einen externen Dienstleister zu übertragen
- Die Rückführung und intelligente Aufbereitung des Kundenwissens wird zur Schlüsselkompetenz externer Anbieter

Zusammenarbeit mit externen Call Center Dienstleistern in der Schweiz



n = 45

Abb: Zusammenarbeit mit externen Call Center Dienstleistern



Quelle: Gartner Group, ADP