

Neue Preis- und Qualitäts-Benchmarks für Contact Center

Call Center-Qualität und Branchenerfahrung sind Hauptkriterien beim Einkauf von Call Center-Dienstleistungen. Das zeigen jetzt neue Preisbenchmarks der internationalen Unternehmensvereinigung CCBenchmarks e.V. und des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME).

Die erste umfassende Studie zum Einkauf von Call Center-Dienstleistungen im deutschsprachigen Raum soll mit Daten zu Preis- und Callstrukturen im Inbound- und Outbound-Geschäft zu mehr Transparenz im Markt für Call Center-Dienstleistungen beitragen.

Die Ergebnisse der Erhebung bringen gute Nachrichten für Call Center:

- § 80 Prozent der befragten Unternehmen nehmen danach beispielsweise täglich Call Center-Dienstleistungen für die Erledigung operativer Tagesgeschäfte im Kundenkontakt in Anspruch.
- § 60 Prozent des jährlichen Gesamteinkaufsvolumens für externe Telefoniedienstleistungen werden von rund zwei Milliarden Euro in Deutschland komplett an den ersten Provider vergeben.
- § Mehr als jeder zweite Einkäufer investiert in diesen sein gesamtes Jahresbudget.

Das gilt sowohl für den Privat- als auch für den Geschäftskundenbereich, in dem Aufträge für Telefoniedienstleistungen im In- oder Outbound abgewickelt werden. Und: Lediglich ein knappes Drittel der befragten Einkaufsexperten arbeitet mit zwei oder einem weiteren Call Center-Dienstleister zusammen. Das beweist den hohen Grad an Vertrauen, den Deutschlands Einkäufer in die Leistung ihrer Outsourcing-Dienstleistungspartner haben und dokumentiert die gute Gesamtleistung der Service Provider, denn: Nur 13 Prozent der einkaufenden Unternehmen haben im Jahr 2008 ihren Dienstleister gewechselt.

Variable Budgets

So intransparent der deutschsprachige Dienstleister-Markt für Telefonie insgesamt noch ist, so variabel sind nach Ergebnissen der Studie die Einkaufsentscheidungen im Call Center-Markt: Im Löwenanteil des Marktsegments, dem Bereich Inbound-Telefonie für Privatkunden, der derzeit über vier Fünftel des gesamten jährlichen Servicegeschäfts mit Einkäuferunternehmen abdeckt, schwanken die Einkaufsvolumina erheblich: Knapp die Hälfte der in der Studie berücksichtigten Unternehmen gibt beispielsweise weniger als eine Million Euro pro Jahr aus.

Kernkriterien für die Auftragsvergabe an Call Center-Dienstleister sind interessanterweise weniger der Preis, sondern vielfach auch andere Punkte wie:

- § Ein vertrauenswürdige Gesamtkonzept des in Frage kommenden Dienstleisters (60 Prozent)
- § Die schnelle Verfügbarkeit der Telefoniedienstleistungen (50 Prozent),
- § Skills der Agenten für spezielle Branchen oder Aufgaben (47 Prozent),
- § Regelmäßige Bereitstellung von Reportingdaten (27 Prozent) und
- § Ein möglicher Einsatz im Kampagnenmanagement (57 Prozent)

Interessant ist ferner, dass Outbound-Salesraten an letzter Stelle im Bewertungsranking nach dem Einkauf von Telefonvolumina stehen: Bei nur fünf

Prozent der befragten Einkäufer spielt dies laut BME-Studie eine Rolle bei der Performancebewertung der erbrachten Call Center-Dienstleistung.

Laut Anja Küpper, Vorstandsvorsitzende CCBenchmarks e.V., soll „der Call Center-Preisbenchmark in den nächsten Jahren im Sinne einer Panelbefragung wiederholt werden. Dies wird nicht nur die Preisentwicklungen im Markt sichtbar machen, sondern langfristig auch zu belastbaren Preis-Leistungs-Relationen bei Call Center Dienstleistungen führen, mit vielfältigen positiven Folgen für die Branche und den Markt“, ist Küpper überzeugt.

Aufgerufen zur Teilnahme an der zweistufig ausgerichteten Pilotstudie von CCBenchmarks und BME waren über 22.000 Einkaufsentscheider und Mitgliedsunternehmen von BME und CCB, vom Großkonzern bis zu KMU. In die Endauswertung wurden ausschließlich komplette Fragebögen mit hinreichender Preisdifferenzierung bezüglich der 30 abgefragten Calltypen für Inbound und Outbound einbezogen.

Die Studie „Preis- und Qualitäts-Benchmark für Contact Center 2009“ mit umfangreichen Grafiken zu Preis- und Callstrukturen, Kriterien der Auftragsvergabe und weiteren wichtigen Rahmeninformationen kann unter www.ccbenchmarks.org zum Preis von 650 Euro direkt bestellt werden. Für die Mitglieder von CCBenchmarks und BME gilt ein ermäßigter Preis.

Bestellung und Pressekontakt:

Sie können den „Preis- und Qualitätsbenchmark für Contact Center2009“ bei CCBenchmarks e.V. direkt bestellen unter der Faxnummer: 0228 - 4100 852 oder per E-mail: mitgliederbetreuung@ccbenchmarks.org.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung: Ulrich Brützel, CCB-Gesamtkoordinator, Tel. 02223-279 223 , Handy 0172 247 5247 oder Mail: ulrich.brutzel@ccbenchmarks.org.

BME: Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. ist der führende Fachverband für Einkauf und Logistik in Deutschland. Er wurde 1954 gegründet und ist heute Dienstleister für mehr als 6.000 Mitglieder (Industrie, Handel, Dienstleistung, öffentlicher Sektor).

CCBenchmarks e.V.: Die Call Center-Initiative CCBenchmarks wurde als internationale Unternehmensvereinigung im Jahre 2002 im Anschluss an das dreijährige Projekt "Frequenz" des Bundesforschungsministeriums gegründet. Der eingetragene Verein vertritt als Non-Profit-Organisation die Interessen der Contact-Center-Branche. Die Aktivitäten von CCB gliedern sich heute in die drei Säulen: Management-Tools, Know-How-Transfer und Forschung & Entwicklung.