

Contact Center als Geschäftsprozess-Dienstleister

15.11.2004, 11:06 | Logistik & Transport

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Portrait

Krefeld - Die Frage „Make or buy?“ beim Thema Call Center beinhaltet mehr als nur die Frage dem Eigen- oder Fremdbetrieb. Die Aufgaben von Call Centern sind weit über die Handhabung von Inbound-Gesprächen oder das aktive Outbound-Telefonieren hinausgewachsen. Fast immer steckt hinter einer Call Center-Anwendung ein ganzer Geschäftsprozess. Das Telefon ist für viele Unternehmen das wichtigste Medium beim Kundenkontakt, und somit ist die Call Center-Anwendung elementarer Bestandteil des Customer Relationship Management. Für Mark Brown, Geschäftsführer des Krefelder Contact Center Dienstleisters Sitel <http://www.sitel.de>, ist die Technik und ihre Beherrschung gar nicht der entscheidende Faktor bei Aufbau und Betrieb eines Call Centers: „Die gesamte Technik kann der Anwender kaufen, da gibt es genügend kompetente Anbieter im Markt. Aber das müssen wir heute als Standard unterstellen, das ist nur die notwendige Voraussetzung, wenn wir über Anwendungen reden. Aber die optimale Ausführung der Geschäftsprozesse, die Steigerung der Performance des gesamten Unternehmens durch das Call Center, das sind die Punkte, auf die es eigentlich ankommt“.

Brown weiß genau, was erfolgreicher und profitabler Betrieb von Call Centern bedeutet. Sitel betreibt knapp 90 Contact Center weltweit, und hat viele Kunden, die tatsächlich Business Process Outsourcing (BPO) betreiben, nämlich konkret Geschäftsprozesse mit Kundenkontakt durch den externen Dienstleister ausführen lassen. „Es geht nicht um Outtasking, die Nutzung eines Fremdanbieters als quasi verlängerte Werkbank des eigenen Unternehmens. Beim Business Process Outsourcing wird eine Dienstleistung bereitgestellt, die einen Wertschöpfungsanteil des Unternehmens abbildet. Das ist ein unverkennbares Merkmal von BPO“, erläutert Brown. Grundsätzlich soll BPO dabei nicht nur Geld sparen, sondern auch durch Synergie-Effekte die unternehmerische Leistung verbessern. Für Brown stehen als Vorteil für den Auftraggeber weniger der Genuss der Economies of Scale im Vordergrund, also Kostenvorteile durch Größeneffekte beim Dienstleister, sondern die Economies of Scope: Verbundeffekte, die sich daraus ergeben, dass nicht Einzelprozesse oder Prozessteile outgesourct werden, sondern ein Makro-Prozess aus vernetzten Teilprozessen. Etwa ein kompletter Bestellvorgang incl. Versandauftrag, Rechnungsstellung und Inkasso. Die Synergieeffekte ergeben sich hier über die Optimierung des Gesamtprozesses bei dem darauf spezialisierten Dienstleister, der dieses Teilgebiet besser beherrscht als der Auftraggeber, dessen Know-how auf anderen Gebieten liegen.

Neben der Komplexität bei der Definition von Prozessschritten und Schnittstellen sowie der Implementierung der Anwendung auf der IT-Ebene ist es besonders das Monitoring und die Optimierung der Leistungsentwicklung, die ein BPO-Projekt erfolgreich macht. „Das ist wie bei der Herstellung von hochintegrierten Prozessoren“, vergleicht Brown diese Aufgabe, „die Produktion wird dann erfolgreich, wenn der Hersteller die höchstmögliche Güte wie auch Quantität aus dem Produktionsvorgang erzielt. Das ist in der Praxis ständiges Monitoring und Fine-Tuning“. Die Leistungsentwicklung ist in jedem Projekt enorm steigerungsfähig, und hier bildet sich für Brown der eigentliche Vorteil beim BPO ab. Der darauf spezialisierte Dienstleister kennt die Stellschrauben, mit denen die Leistung optimiert werden kann. „Da gehört auch Erfahrung dazu, und man muss ständig up-to-date sein mit den neuesten Entwicklungen an Software-Tools. Das kann der Anwender in den wenigsten Fälle selbst leisten. Da fährt er besser, wenn er Verträge mit

leistungsorientierten Konditionen hat, denn dann ist der Anbieter der Dienstleistung selbst nachhaltig daran interessiert, die Qualität zu steigern“. Make or buy wird unter diesen Gesichtspunkten zu einer komplexen Fragestellung, deren Antwort vielschichtiger ist als sie oft dargestellt wird.

News-ID: 37365 • Views: 3355 (Stand: 08.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/37365/Contact-Center-als-Geschaeftsprozess-Dienstleister.html>