



Marktstudie Contact Center Schweiz im europäischen Vergleich

SWISS CONTACT CENTER REPORT 2010

Der Contact Center Markt Schweiz

D E R C O N T A C T C E N T E R M A R K T S C H W E I Z

Intro

Die letzte komplette Studie über den Schweizer Contact Center Markt ist 2008 erschienen. Die Dynamik in diesem Markt ist ungebrochen. Einerseits sind Bereiche erkennbar, wo sich Contact Center fest in den Unternehmen etabliert haben, andererseits kommen neue Märkte hinzu und andere sind in der Konsolidierung. Als eine Art Bestandsaufnahme des schweizerischen Contact Center Marktes werden auf über 100 Seiten, mit mehr als 50 Grafiken und Tabellen, in neun übersichtlichen Kapiteln, die Situation und die Entwicklung dieses dynamischen Marktes dargestellt. Vergleiche mit anderen europäischen Studien zeigen zudem die Eigenheiten und Entwicklungstendenzen transparent auf.

Methode

Zur möglichst kompletten Erfassung des Contact Center Marktes wurde die Datenerhebung in verschiedenen Schritten durchgeführt.

In einem ersten Schritt wurden rund 3000 Firmen in der ganzen Schweiz telefonisch befragt. Daraus konnten ca. 800 Contact Center konkret lokalisiert werden. In einem zweiten Schritt wurden diese Contact Center mit einem ausgedehnten Fragebogen befragt. Zur Ergänzung der Daten wurden einzelne Experteninterviews geführt und die Resultate mit europäischen Studien verglichen.

Anwendung der Studie

Die Studie soll eine gewisse Sicherheit in der Contact Center Praxis vermitteln. Nebst den «nackten» Daten sind auch immer wieder Ideen, Anleitungen und Erkenntnisse aus der jahrelangen Beratungstätigkeit des Autors eingeflossen und sollen über die reine Studie hinaus gewisse Lösungsansätze vermitteln.



Wer profitiert vom Swiss Contact Center Report 2010

WER PROFITIERT VOM SWISS CONTACT CENTER REPORT

Contact Center Betreiber

Unternehmen, die ein eigenes Contact Center betreiben, sind darauf angewiesen Benchmarks für die laufende Optimierung der eigenen Organisation zu haben. Der Swiss Contact Center Report 2010 gibt Ihnen Antwort z.B. auf folgende Fragen:

- Welche Überlegungen sind wichtig bei der Standortwahl?
- Wie kann der Rekrutierungsprozess von neuen Agenten optimiert werden?
- Welche Technologie wird eingesetzt?
- Welche Kriterien sind bei der Ausstattung des Contact Centers relevant?
- Wie werden Contact Center Agenten entlohnt?
- Welche Formen des Outsourcing gibt es und wo sind die Stolpersteine?
- Welche Anwendungen finden wir in den Contact Center vor allem?
- Was kostet ein Contact Center und welche Kosten sind für den Betrieb einzusetzen?
- u.v.m.

Contact Center Lieferanten

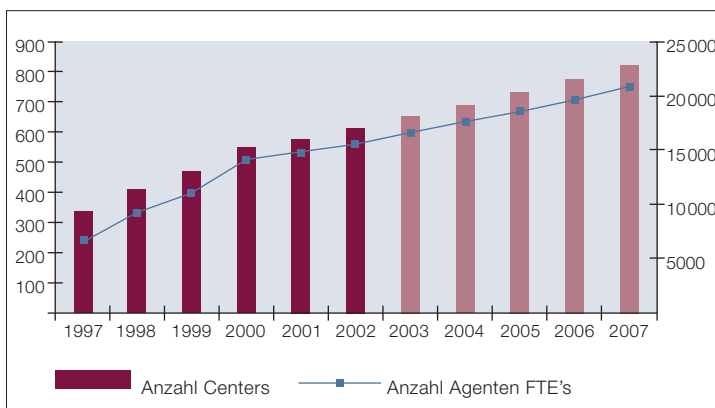
Ein Contact Center tangiert verschiedene Bereiche innerhalb des Unternehmens. Firmen im Umfeld der Telefonie, Informatik, Personalrekrutierung, Ausbildung, Organisations- und Marketingberatung sowie Contact Center Dienstleistungen im Outsourcing profitieren von folgenden Leistungen:

- Sie erhalten volle Transparenz über den Schweizer Markt.
- Sie kennen das Potential in Ihrem Bereich.
- Sie können Ihre Dienstleistungen und Produkte besser auf den Markt abstimmen.
- Sie entdecken eventuell sogar neue Geschäftsfelder mit einem interessanten Wachstum.

Contact Center Marktentwicklung und zukünftiges Potential

Human Ressource-Management in Contact Center Organisationen

C O N T A C T C E N T E R M A R K T E N T W I C K L U N G - H U M A N R E S S O U R C E - M A N A G E M E N T

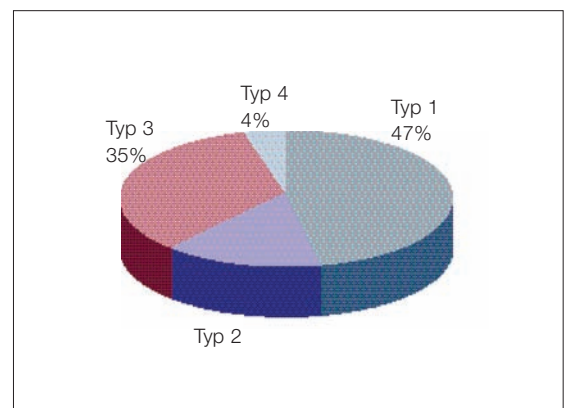


Marktentwicklung Schweiz

Source: Profile Publishing Contact Center Report 2008

Der Swiss Contact Center Report 2010 zeigt auf, welche Call Center Dichte in welchen Regionen bestehen, welches die ausschlaggebenden Faktoren für die Standortwahl sind und welche Branchen heute vor allem Contact Center einsetzen. Ebenso finden Sie Antworten auf folgende Fragen:

- Wie gross ist der Contact Center Markt Schweiz?
- Welche Entwicklung ist zu erwarten?
- Welches sind die Einflussgrössen?



Verteilung nach Contact Center Typen 2008

Source: Profile Publishing Contact Center Report 2008

Über 70% der laufenden Kosten in einem Contact Center sind Personalkosten. Diesem Thema wird eine besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Nebst Fragen der Organisation, des Personaleinsatzes und Ausbildungsthemen finden Sie Benchmarks, Ideen und Tips zu folgenden Fragen:

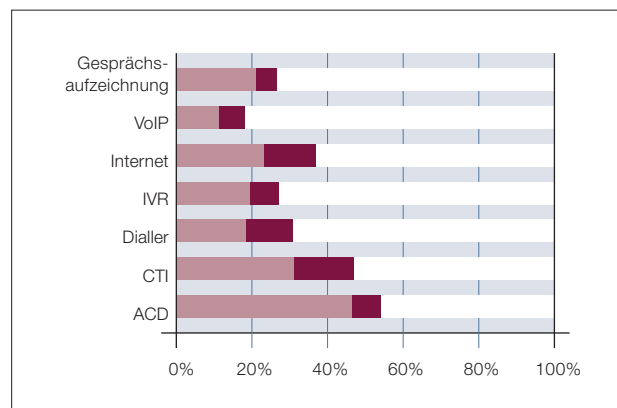
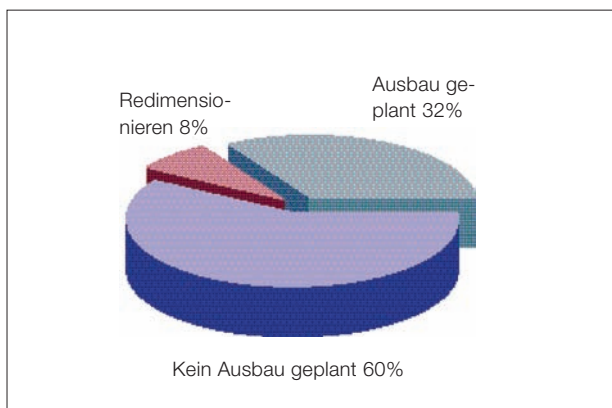
- Gibt es eine ideale CC Grösse?
- Welche Aufgaben werden in CC gelöst?
- Wie werden Contact Center in die bestehende Organisation integriert?
- Welche Funktionen gibt es?
- Welche Entlohnungsmodelle gibt es?
- Was verdient ein Contact Center Leiter, Supervisor oder ein Agent?



Die Schnittstelle Mensch – Technik im Contact Center

Investitionsschwerpunkte in den nächsten Jahren

T – DIE SCHNITTSTELLE MENSCH – INVESTITIONSSCHWERPUNKTE



Investitionsneigungen

Investitionsschwerpunkte

Source: Profile Publishing Contact Center Report 2008

Source: Profile Publishing Contact Center Report 2008

Ohne Technik geht in einem Contact Center nichts mehr. Wieviel Technik braucht es aber wirklich? Wie weit ist der Einsatz der Technik fortgeschritten? Häufig stellen sich einige Fragen in der Integration und der Informationsverarbeitung in einem Unternehmen.

Bei der Planung eines Contact Centers stellt sich sehr schnell die Frage nach den Kosten. Wenn es nicht um einen Direkt-Vertriebskanal geht, welcher Nutzen entsteht durch das Contact Center? Wie kann der Mehrwert eines Contact Center berechnet werden? Vergleichswerte geben Ihnen die nötige Sicherheit bei der Planung.

- Welche Technologien werden heute eingesetzt?
- Wo wird investiert?
- Welchen Einfluss hat das Internet und E-Commerce?
- Welcher Grad der Automatisierung wird bereits erreicht?

- Welche Kosten spielen überhaupt eine Rolle?
- Wie hoch sind die Investitionen pro Arbeitsplatz?
- Welches sind die Kriterien für «make or buy»?
- In welchen Bereichen wird in den nächsten Monaten investiert?

Inhaltsverzeichnis

I N H A L T S V E R Z E I C H N I S I N H A L T S V E R Z E I C H N I S

- 1. Summary**
- 2. Konzept und Aufbau der Studie**
- 3. Ergebnisse der Studie**
 - 3.1. Die Contact Center Karte der Schweiz**
 - 3.1.1. Geografische-Verteilung
 - 3.1.2. Contact Center Marktentwicklung
 - 3.1.3. Contact Center Marktgrößen
 - 3.1.4. Unternehmensgrößen
 - 3.1.5. Branchen-Verteilung
 - 3.1.6. Beurteilung Standortfaktoren
 - 3.1.7. Investitionsneigung Onshore-Offshore
 - 3.2. Die Contact Center Organisation**
 - 3.2.1. Eingliederung ins Unternehmen
 - 3.2.2. Dauer des Contact Center Betriebes
 - 3.2.3. Schnittstellen
 - 3.2.4. Contact Center Unterstellung
 - 3.2.5. Aufgabenstellung
 - 3.2.6. Anzahl Arbeitsplätze
 - 3.3. Das Personal im Contact Center**
 - 3.3.1. Die Funktionen im Contact Center
 - 3.3.2. Mitarbeiter-Qualifikation
 - 3.3.3. Lohnniveau und Entlohnung
 - 3.3.4. Anstellungsverhältnisse
 - 3.3.5. Arbeitszeitmodelle
 - 3.3.6. Rekrutierung
 - 3.3.7. Ausbildung
 - 3.4. Die Kosten im Contact Center**
 - 3.4.1. Kostenverantwortung
 - 3.4.2. Kostenentwicklung
 - 3.4.3. Kostenverursacher
 - 3.4.4. Investitionskosten
 - 3.5. Die Anrufabwicklung**
 - 3.5.1. Anrufmengen pro Arbeitsplatz
 - 3.5.2. Servicelevel und Call Dauer
 - 3.5.3. Servicezeiten
 - 3.6. Sicherstellung der Qualität und Kundenzufriedenheit**
 - 3.6.1. Grundlagen
 - 3.6.2. Kundenzufriedenheits-Messungen
 - 3.6.2. Leistungsmessung im Contact Center
 - 3.6.3. Beurteilungskriterien
 - 3.6.4. Durchführung
 - 3.7. Contact Center Technologie**
 - 3.7.1. Technik im Contact Center
 - 3.7.2. Stand der Kommunikationslösungen
 - 3.7.3. Stand der Informatiklösungen
 - 3.7.5. Planungstools
 - 3.7.6. Internet im Contact Center
 - 3.7.7. Investitionsschwerpunkte
 - 3.8. Arbeitsplatz Ergonomie**
 - 3.8.1. Contact Center Grösse
 - 3.8.2. Räumliche Anordnung
 - 3.8.3. Arbeitsplatz Nutzung
 - 3.8.4. Arbeitsplatzgestaltung
 - 3.9. Contact Center Outsourcing**
 - 3.9.1. Kriterien für Outsourcing
 - 3.9.2. Probleme bei Outsourcing
 - 3.9.3. Formen des Outsourcing
 - 3.9.4. Vergütung der Outsourcing Dienstleistungen
 - 3.9.5. Entscheidungskriterien für Outsourcing Partner
 - 3.9.6. Faktoren einer erfolgreichen Zusammenarbeit



A u t o r



Roger Meili war Gründer und langjähriger Präsident des Branchenverbandes CallNet.ch. Er war CEO/Mithaber der Teleperformance Schweiz. Heute ist er Inhaber der ProfileConsulting, welche Beratungs- und Forschungsdienstleistungen im Umfeld Contact Center, Unternehmensentwicklung und Marketing anbietet. Er beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit der Optimierung des Kundenkontaktprozesses, sei dies auf dem elektronischen oder persönlichen Weg. Er hat bereits 1998 den ersten Swiss Call Center Report veröffentlicht und sich in den letzten Jahren als Experte im Schweizer Contact Center Markt etabliert. Er ist Autor von verschiedenen Fachartikeln und Hauptdozent an der Fachhochschule für Wirtschaft in Olten im Nachdiplomlehrgang für Contact Center Manager.

Bestell-FAX

+41 (0)43 488 18 43

B E S T E L L - F A X + 4 1 (0) 4 3 4 8 8 1 8 4 3

Ja, gerne bestellen wir

_____ Anz. Swiss Contact Center Report 2010
Basis-Studie komplett mit über 100 Seiten und mehr als 50 Abbildungen
Zum Preis von CHF 980.- anstatt CHF 1480.- (exkl. 7,6 % MwSt und Versandkosten).
Dieses Angebot ist gültig bis zum 31. juli 2010.

Firma

Name / Vorname

Funktion

Telefon

Strasse

Fax

PLZ/Ort

Unterschrift

Datum
