

«BIENVENUE IN BIEL»

Die Profi Contact Sarl will von Biel aus die Westschweiz erobern. Das Contact Center bietet Firmen viele Dienstleistungen rund um Telefon und Soziale Medien – und hofft nun auch auf Aufträge aus der Region Biel-Seeland.

THEO MARTIN

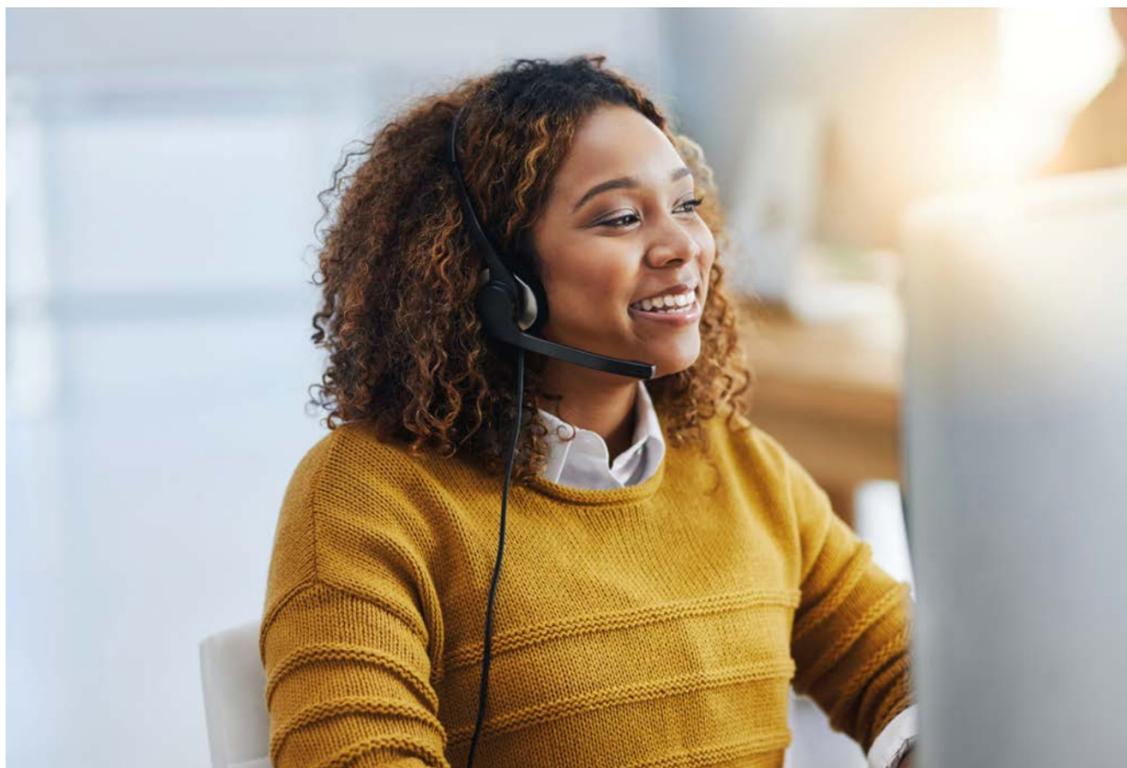
Wer sich für ein neues Auto interessiert oder telefonisch eine Testfahrt buchen will, landet mit seinem Anruf in 95% aller Fälle beim Contact Center der Profi Office GmbH. Diese ist damit zur Kundendrehkreuz der Autoindustrie und vieler anderer Branchen geworden.

Beim schon länger bekannten Begriff «Call Center» denken viele Menschen an Mitarbeiter, die in ordentlichen Reihen neben ihrem Telefon sitzen und Gespräche entgegennehmen. Der neue Name «Contact Center» trägt der Tatsache Rechnung, dass heute bei Profi Office viel mehr als nur Telefonate bearbeitet werden. Der Kunde kann selbst entscheiden, wie er mit einem Unternehmen in Verbindung tritt. Es ist an Profi Office, darauf in Absprache mit dem jeweiligen Kunden zu reagieren.

Anspruchsvolle Telefondienste

Telefonieren sei allerdings ein sehr direktes Mittel und sehr persönlich, sagt Stefan Isliker, CEO der pdc Marketing + Information Technology AG, die eng mit Profi Office zusammenarbeitet. Briefe und Mails können viel eher (und sogar ungeöffnet) weggelegt werden. Doch Telefondienste sind anspruchsvoll – die Anforderungen ans Personal sind hoch und wer telefoniert dringt in die Privatsphäre des potenziellen Kunden ein.

Heute ist das Unternehmen für viele Branchen tätig, die Autoindustrie ist nur ein Teilgebiet. Kunden sind beispielsweise Ärzte und Anwälte. Im B2B führt die Firma häufig die Telefonzentrale oder betreut das Telefon zumindest bei Abwesenheiten. Für Versicherungen wie Concordia werden Besuchstermine für die Versicherungsagenten abgemacht.



Die Westschweiz erobern

Die Firmen PDC Marketing + Information Technology AG von Stefan Isliker und Profi Office GmbH mit den Geschäftsleitern Cornelia + Samuel Vonlanthen haben vor kurzem die Profi Contact GmbH in Biel gegründet. Der Standort Biel für die gemeinsame Tochtergesellschaft wurde gewählt, weil diese das Telefonmarketing der Groupe Gassmann übernehmen konnte. Mit der Firmengründung ist laut Isliker aber auch ein Apell an die Region verbunden.

Die junge Firma möchte Aufträge aus der Region, damit sie für die Region und die ganze Westschweiz da sein kann. Firmen wie Rolex, Swatch Group oder Engel seien natürlich prädestiniert für eine Zusammenarbeit und ganz oben auf der Wunschliste, findet der initiative Unternehmensleiter. Die Profi Contact bietet Zentrale, Telefondienst, Nachfassungen, Terminierung, Entgegennahme von Anrufen, Telefonverkauf, Contact Center und viele weitere Dienstleistungen.

Umfassender Kundenkontakt

Entstanden ist die Firma ursprünglich in Wohlten (AG) als Conny's Schreibser-

vice. Schreibarbeiten und outgesourcte Sekretariate ermöglichten den Anfang. Daraus sind erste Telefondienste entstanden, aus denen sich dann die Call Centers entwickelt haben. Isliker betrachtet diese als Vorgänger der heutigen Contact Centers, die wesentlich breiter tätig sind. Betreut werden nämlich nicht nur das klassische Telefon, sondern auch E-Mail, SMS, neue Medien und viele weitere Kanäle – Isliker spricht von der 360°-Ansicht eines Kundenkontakts. Egal welchen Weg der Kunde wählt, sein Anliegen wird im Kontaktcenter aufgenommen und verarbeitet. Immer häufiger ist die Situation, dass ein Kunde online ein Interesse mitteilt, worauf das Contact Center dann mit ihm auf dem gewünschten Kanal Kontakt aufnimmt. Das ist wesentlich einfacher als die Kaltakquise, bei der nach Zufallsprinzip potenzielle Kunden angesprochen werden.

Die Bedeutung der Sozialen Medien hat dabei stark zugenommen. Die Firma bietet auch Dienstleistungen an wie die Kontrolle von Facebook-Einträgen im Account des jeweiligen Kunden. Ist der Auftraggeber von einem Shitstorm betroffen, wird im Contact Center notfallmässig eingegriffen. Zum Aufga-

benkatalog kann aber auch die saubere Abwicklung von Prospektbestellungen gehören.

Unterschiedliche Anforderungen

Wesentlich sind die zwei Bereiche Inbound und Outbound. Inbound bezeichnet alle Tätigkeiten, die sich auf ankommende Telefonanrufe beziehen. Outbound ist die klassische Akquise: Jemand wird angerufen, der Person wird ein Produkt angeboten oder es wird ein Gesprächstermin mit einem Berater vereinbart. Laut Isliker braucht es dafür Personen mit anderem Anforderungsprofil. Wer unbekannte Personen anruft, hat eher einen extrovertierten Charakter, gilt in der Branche auch als «Rampensau». Solche Mitarbeiter benötigen ein gutes Selbstvertrauen, da ihnen virtuell oft die Türe vor der Nase zugeschlagen wird. Wer Inbound-Anrufe entgegen nimmt, ist zählt hingegen eher zum Typ Sachbearbeiter.

Teilzeit-Mitarbeiter sind bei Profi Contact hoch im Kurs. Die Muttergesellschaft Profi Office hat 110 Mitarbeiter, die sich 75 Arbeitsplätze teilen. In Biel teilen sich bei Profi Contact momentan zwölf Personen die fünf Stellen.

Ehrenkodex Profi Contact

- «Wir behandeln alle Informationen vertraulich.
- Wir sind immer für das nächste Gespräch bereit.
- Wir beraten freundlich, fachkundig und kompetent.
- Wir informieren wahrheitsgetreu.
- Wir telefonieren nicht mit unterdrückter Nummer.
- Wir telefonieren zu «zumutbaren» Zeiten.
- Outbound: nicht vor 08.15 und nicht nach 20.15 Uhr, am Samstag zwischen 09.30 und 13.30 Uhr, sowie nie an Sonn- und nationalen Feiertagen.
- Wir beachten alle Regeln der Höflichkeit (auch bei Absagen!).
- Wir entlohnen ausschliesslich über fixen Stundenlohn, nicht über Provisionen.
- Es wird ausschliesslich ein klassischer Dialer eingesetzt (kein Predictive Dialing).»

Die Partner

Die Profi Office GmbH wurde 1988 in Wohlten als Contact Center gegründet. Die 100 Mitarbeiter sind spezialisiert auf Call Center Dienste, Inbound, Outbound, Info Line und Befragungen. Die 1979 in Frankfurt und 1989 in Wetzting gegründete pdc Marketing + Information Technology AG ist auf CRM + Marketing Technology spezialisiert. Die 45 Angestellten und 25 freien Mitarbeiter der Agentur für Kundenmanagement betreiben Consulting, Prozess Management, CRM Technology + Services, Information Technology und Marketing Research.



EIN APELL AN DIE ROMANDIE



Stefan Isliker
Geschäftsleitung Profi Contact Sarl

Call-Centers haben teilweise einen schlechten Ruf. Zu Recht?

Mails können gelöscht werden, der telefonische Kontakt ist dagegen schnell und direkt. Wir haben gute Erfahrungen gemacht,

wenn solche Gespräche gut aufgebaut und schweizerisch-seriös geführt werden. Grosse Probleme bereiten uns jedoch die ausländischen Call-Centers, die sich nicht an den Schweizer Ehrenkodex halten. Diese treten mit Schweizer Stimmen und mit Schweizer Telefonnummern auf – und sie rufen auch am Sonntag an. Etwas, das wir prinzipiell nie tun.

Wie gehen Sie vor?

Die Schweizerinnen und Schweizer sind sehr lokal interessiert. Wir gehen deshalb in den Arbeitsanweisungen auf lokale Gegebenheiten ein. Unser Credo sind nicht starre Vorgaben, die Punkt für Punkt abgearbeitet werden müssen. Bei uns wird eben nicht nach Schema gearbeitet. Vielmehr soll der Mitarbeiter so sprechen, wie ihm der Schnabel gewachsen ist. Das freie Gespräch

wirkt locker und sympathisch. Das bedingt natürlich gute Kenntnisse in Empathie – die Mitarbeiter müssen sich wirklich auf ihre Gesprächspartner einstellen können.

Wieso Biel/Bienne?

Wir beabsichtigen schon lange, die ganze Schweiz abzudecken und auch nationale Firmen vollständig befriedigen zu können. In der Romandie ist die Erwartungshaltung sehr gross, dass richtiges Französisch gesprochen wird. Im Tessin haben wir mündlich weniger solche Probleme. Der Grund, wieso wir gerade hier Arbeitsplätze schaffen ist einfach. In der Deutschschweiz finden wir nicht genügend Personen, die Bilingue sind oder gut französisch sprechen.

Wieso ist das so?

Eine Mitarbeiterin am Telefon ver-

dient natürlich nicht gleich viel wie eine Marketing-Assistentin. Ich erlaube mir deshalb einen Apell: Östlich des Röstigrabens ist der Bedarf für die französische Sprache absolut vorhanden. Romands, die einigermassen deutsch sprechen, haben in der Deutschschweiz viele Chancen. Früher ging man nach der Schule ins Welschland – wer nicht dort blieb, kam nach einigen Jahren mit guten Sprachkenntnissen zurück. Diese Au-Pairs fehlen heute. Heute «muss» man als Jungendlicher Englisch sprechen und nach Australien, Neuseeland oder in die USA reisen – in der Realität aber wird viel mehr Französisch gebraucht.

Also gab es für Sie keine andere Perspektive?

Weil wir selber zu wenig Potenzial sahen, wollten wir an die Sprach-

grenze. Biel hat eine lange Tradition mit Call-Centern. Das Ziel ist, Arbeitsplätze zu schaffen. Aber dazu brauchen wir natürlich auch dringend weitere Aufträge – aus der Region Biel-Seeland, aber auch aus der ganzen Westschweiz.

Ist Ihr Geschäft in der Schweiz überhaupt noch finanzierbar?

Die Konkurrenz sitzt heute in ex-Jugoslawien und in der Türkei, wo Rückkehrer aus der Schweiz nun in ihrer Heimat einen Job suchen. Diese beherrschen teilweise Mundart und das Preisniveau liegt massiv tiefer als hier, aber die Qualität erreicht nicht unser Niveau. In der Schweiz verlassen wir uns unter anderem auf die vielen Wiedereinsteiger. Zudem suchen viele Leute einen Teilzeitjob. Wenn die Leistung stimmt, haben wir also durchaus Chancen. (Interview: tm.)