

# CallCenter for Finance

Februar 2011

Titelstory

Den Customer Service outsourcen

**Erfolgsfaktor Kundendialog**

Eine Publikation von **gi** geldinstitute und **vb** versicherungsbetriebe

Was eine gute Raumakustik von einer schlechten unterscheidet, demonstriert Strähle eindrucksvoll in seiner Akustikwerkstatt am Firmensitz in Waiblingen. Sie ist Ausstellung und Schulungszentrum zugleich. Strähle richtet sich damit an Architekten, Akustiker, Bauherren und Büronutzer. Ziel ist es, gemeinsame Lösungen zu entwickeln, die maximalen gestalterischen Freiraum für die akustische Optimierung von Räumen ermöglichen.



Bilder: Strähle Raum-Systeme GmbH

Akustikwerkstatt eröffnet

## Schallschutz und Akustik erleben

Auf 200 m<sup>2</sup> präsentiert der Trennwandhersteller eine architektonisch anspruchsvolle Bürolandschaft mit Einzel-, Zweier- und Open-Space-Büros sowie Denkerzelle als Raum-in-Raum-Lösung.

Durch die Wahl verschiedener Oberflächen und Wandaufbauten in Verbindung mit vielfältigen Simulationsmöglichkeiten werden typische Akustiksituationen authentisch vermittelt. „Die Werkstatt soll das Thema Akustik in seiner Komplexität erlebbar machen“, beschreibt Inhaber und Geschäftsführer Werner Strähle den konzeptionellen Ansatz. So legt das Unternehmen bei der Realisierung Wert darauf, dass die Besucher die Wirkung von hohem und niedrigem Schallpegel sowie langen und kurzen Nachhallzeiten differenziert wahrnehmen können.

Der Aspekt Schallschutz wird mittels Lautsprechern erlebbar. Diese sind in den Büros platziert und simulieren klassische Bürogeräusche wie etwa Gespräche zwischen zwei und mehreren Personen. So lassen sich Büro- und Flurwände mit unterschiedlichen Verglasungen und somit Büros mit normalem und erhöhtem Schallschutz

vergleichen. Das Thema Absorption wird durch den Kontrast von akustisch optimierten Räumen mit Nachhallzeiten von 0,45 Sekunden und nicht optimierten Räumen mit Nachhallzeiten bis 1,2 Sekunden verdeutlicht. Hier werden auch Wirkungsweise und Kombinationsmöglichkeiten der von Strähle entwickelten Absorbersystemfamilie 7000 veranschaulicht. Das Modellspektrum reicht von flächenbündig integrierten Trennwandabsorbern über vorgesetzte Wandabsorber bis hin zu Decken- und freistehenden Absorbern. Dass mit diesen Systeme-

men optimale Absorption und maximaler Schallschutz in Einklang zu bringen sind, wird am Beispiel der Bürozwischenwände demonstriert. In den Open-Space-Bereichen führt Strähle die Effekte von Deckenabsorbern und freistehenden Absorberelementen beispielhaft vor. Letztere sind extra drehbar, um am Beispiel von offenen Arbeitsplätzen und Cafébar zu zeigen, wie sich Bereiche akustisch einwandfrei voneinander abgrenzen lassen. Gleichzeitig zeigt die Akustikwerkstatt, dass höchst funktionelle Akustik-elemente auch formal überzeugen

Strähle macht Schallabsorption und Schallschutz erlebbar.

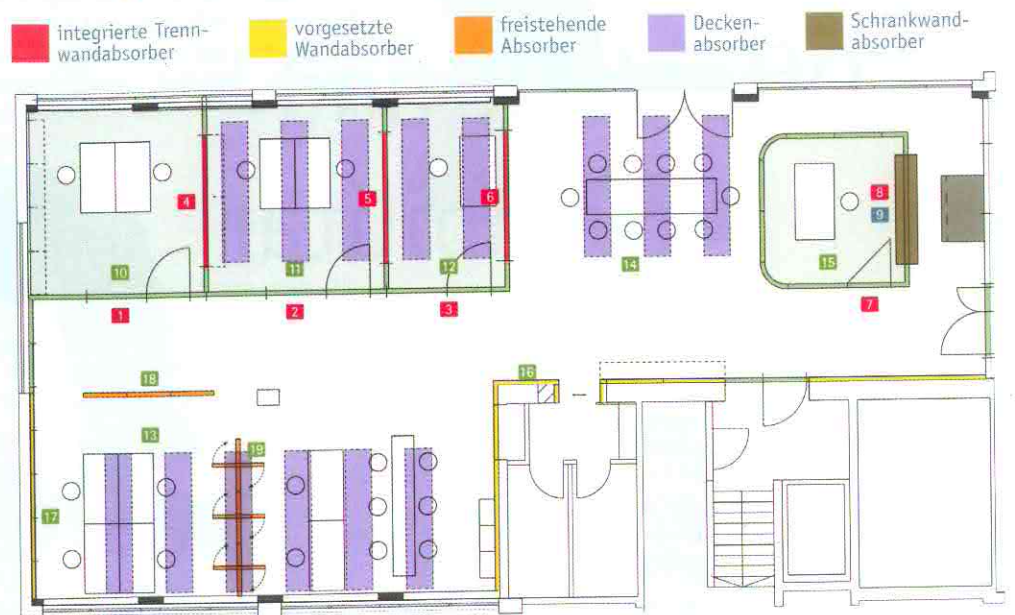


können und sich perfekt in moderne Büroraumkonzepte einbinden lassen. Die eingesetzten Absorbersysteme aus Metall, Holz und Stoff spiegeln die gesamte Bandbreite an Materialien und Perforationen wider. Neben den Absorbieren stellen die neuen Trennwandsysteme von Strähle einen weiteren Schwerpunkt der Ausstellung dar.

#### Highlights sind:

- ▶ Die Flurwand aus dem System 2300, eine Structural-Glazing-Trennwand mit Glastür und Ganzglasecken (Wandstärke 100 mm).
- ▶ System T Cube, eine Raum-in-Raum-Lösung mit gebogenen Gläsern und Nussbaumoberfläche.
- ▶ Der MTS-Schrank, ein mit dem Innovationspreis ausgezeichnetes Raumausbau-system.
- ▶ Klima-/Kühlfunktion und Lichttechnik sind unsichtbar integriert und tragen über schallabsorbierende Oberflächen zur Optimierung der Akustik bei.

## ► Lösungen aus der Akustikwerkstatt



Für die roten Ziffern gibt es exakte Schallschutzwerte, für die grünen Ziffern Nachhallzeiten. Ausführliches Bocklet dazu als Download unter [www.geldinstitute.de](http://www.geldinstitute.de)

## Studien

### Volksbanken werden am ehesten weiterempfohlen

Die „Customer Excellence Studie 2010“ von buw untersuchte die Serviceorientierung von Banken in der Kundenbetreuung. In ausgewählten Städten wurden deutschlandweit bei den führenden Retailbanken Kunden direkt an den einzelnen Geschäftsstellen/Filialen interviewt. „Kundenservice ist der zentrale Erfolgsfaktor im 21. Jahrhundert“, so Hans-J. Agnischock, Partner buw consulting und Leiter buw management consult. Agnischock weiter: „Die von uns getestete Customer Excellence ist das Erfüllen oder das Übertreffen der Kundenerwartungen. Wir haben aufgedeckt, welche Bank von ihren Kunden weiterempfohlen wird.“

Die Kunden konnten anhand des NetPromoterScores (NPS) die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung ihrer Bank an Freunde und Bekannte bewerten. Durch gezieltes Nachfragen bei einer besonders positiven sowie negativen Bewertung konnten konkrete Erfolgsfaktoren und Defizite im Kundenmanagement aufgedeckt werden. Getestet wurden die Beratungsqualität, die Persönlichkeit im Kundenkontakt und das Serviceangebot. Abschließend wurde die allgemeine Weiterempfehlungsabsicht der Kunden erhoben.

Im Gesamtergebnis lässt sich erkennen, dass die Volksbanken mit einer Weiterempfehlungsrate von 17,7 Prozent die Nase vorn haben, gefolgt von den Sparkassen mit einem Wert von 14,6 Prozent. Betrachtet man die einzelnen Städte, so ergibt sich eine hohe Kundenzufriedenheit in Dortmund, Düsseldorf und Osnabrück.

Als Gründe einer fehlenden Weiterempfehlungsabsicht der Kunden wurden ein zu grobes Filialnetz mit unzureichender Automatenverfügbarkeit, zu aufdringliche Werbung und zu kurze Öffnungszeiten sowie eine schlechte telefonische Erreichbarkeit identifiziert.

[www.buw.de](http://www.buw.de)

### Spracherkennung: Kunden reagieren skeptisch

Technologien zur Spracherkennung kommen in deutschen Contact-Centern, vor allem im Vergleich zu den USA, bisher nur selten zum Einsatz.

In Europa werden sie im Kundensupport in den kommenden Jahren jedoch zweifelsohne stark an Bedeutung gewinnen. Kunden, die bereits Erfahrung mit Spracherkennung gemacht haben, sind der Technologie gegenüber recht skeptisch, wie eine aktuelle Studie, die im Auftrag von Empirix durchgeführt wurde, belegt. 22 Prozent der Befragten gaben an, auf Probleme mit Spracherkennungstechnologien gestoßen zu sein.

Nahezu die Hälfte (48 Prozent) sah sich gezwungen, das Gespräch abzubrechen und die Servicenummer erneut anzurufen. Besonders problematisch ist die Tatsache, dass der Einsatz von Spracherkennung negative Emotionen hervorruft: So gaben 88 Prozent der befragten Verbraucher an, dass es sie nervös macht, mit Spracherkennungstechnologien in Kontakt zu kommen, und sie die Situation als sehr stressig empfinden.

Bevor Spracherkennungssoftware in deutschen Contactcentern vermehrt zum Einsatz kommt, besteht noch großer Verbesserungsbedarf. Besonders wichtig wird es sein, die Sprachqualität in den Griff zu bekommen, um sicherzustellen, dass der Kunde im Umgang mit der Technologie an Sicherheit gewinnt.

84 Prozent der befragten Unternehmen verfügen bisher jedoch über keinerlei Monitoring- oder Verwaltungseinrichtung für die Spracherkennung. Die Umfrageergebnisse belegen, dass dies allerdings ein Muss ist, um die Kundenzufriedenheit nicht fahrlässig aufs Spiel zu setzen.

[www.customerexperiencefoundation.org](http://www.customerexperiencefoundation.org)