

Vocatus - Wissen für Entscheider

flashlight



Erfolgsfaktor Personalauswahl

Fallstudie Call Center

Das Ziel

Im Call Center nur noch High Performer einstellen

Ein Betreiber mehrerer großer Call Center beauftragte uns, den Auswahlprozess für neue Agenten zu optimieren. Da die Fluktuation sehr hoch war, floss viel Zeit und Geld in die Auswahl und Einarbeitung neuer Mitarbeiter.

Ziel des Projektes war es, durch ein Vorabscreening die Bewerber zu identifizieren, die später als Agenten besonders erfolgreich sein würden. Im Fokus standen dabei Agenten für Vertriebskampagnen.

Die Hypothese war, dass Agenten dann besonders gut verkaufen, wenn sie in ihrem persönlichen Entscheidungsverhalten dem Kunden besonders ähnlich sind.



Die Entscheider

Jeder Mensch entscheidet anders



Schnäppchenjäger: Hat Spaß am Suchen und Vergleichen und liebt Rabatte und Sonderangebote



Gewohnheitskäufer: Treuer Kunde mit viel Vertrauen in die Marke. Der Preis interessiert ihn nicht und typischerweise kennt er ihn auch nicht



Verlustaversiver: Vorsichtiger Kunde, der sich vor allem auf Basis des Produktes und objektiver Vergleichstests entscheidet



Gleichgültiger: Preis und Marke interessieren ihn nicht, er kauft irgendein Produkt, das seine Anforderungen erfüllt



Preisbereiter: Lässt sich für innovative Konzepte begeistern und gibt häufig mehr aus als geplant

Ein und dieselbe Person kann beispielsweise bei Versicherungen ein Schnäppchenjäger sein, bei Zeitungen jedoch ein Gewohnheitskäufer.

Die Kriterien

Welcher Entscheider-Typ ist der Agent?

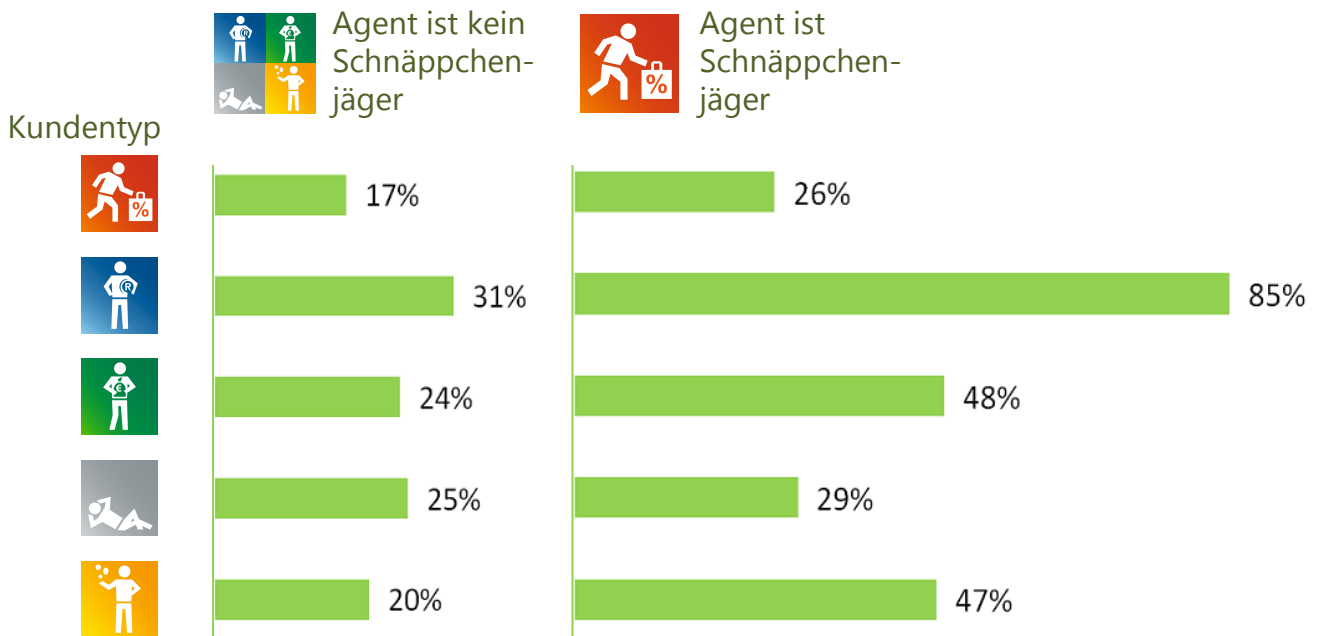
Gemäß unserer Hypothese hätten Agenten, die selbst Schnäppchenjäger sind, bei Kunden, die Schnäppchenjäger sind, besonders erfolgreich sein müssen.

Tatsächlich stellte sich aber heraus, dass Schnäppchenjäger-Agenten nicht nur bei den Kunden, die selbst Schnäppchenjäger sind, die höchsten Verkaufszahlen erzielten, sondern auch bei den anderen Kundengruppen die erfolgreichsten Verkäufer waren.

Die Fakten

Schnäppchenjäger verkaufen am besten

Entscheidertyp und Abschlussquote in %



Die Auswahl

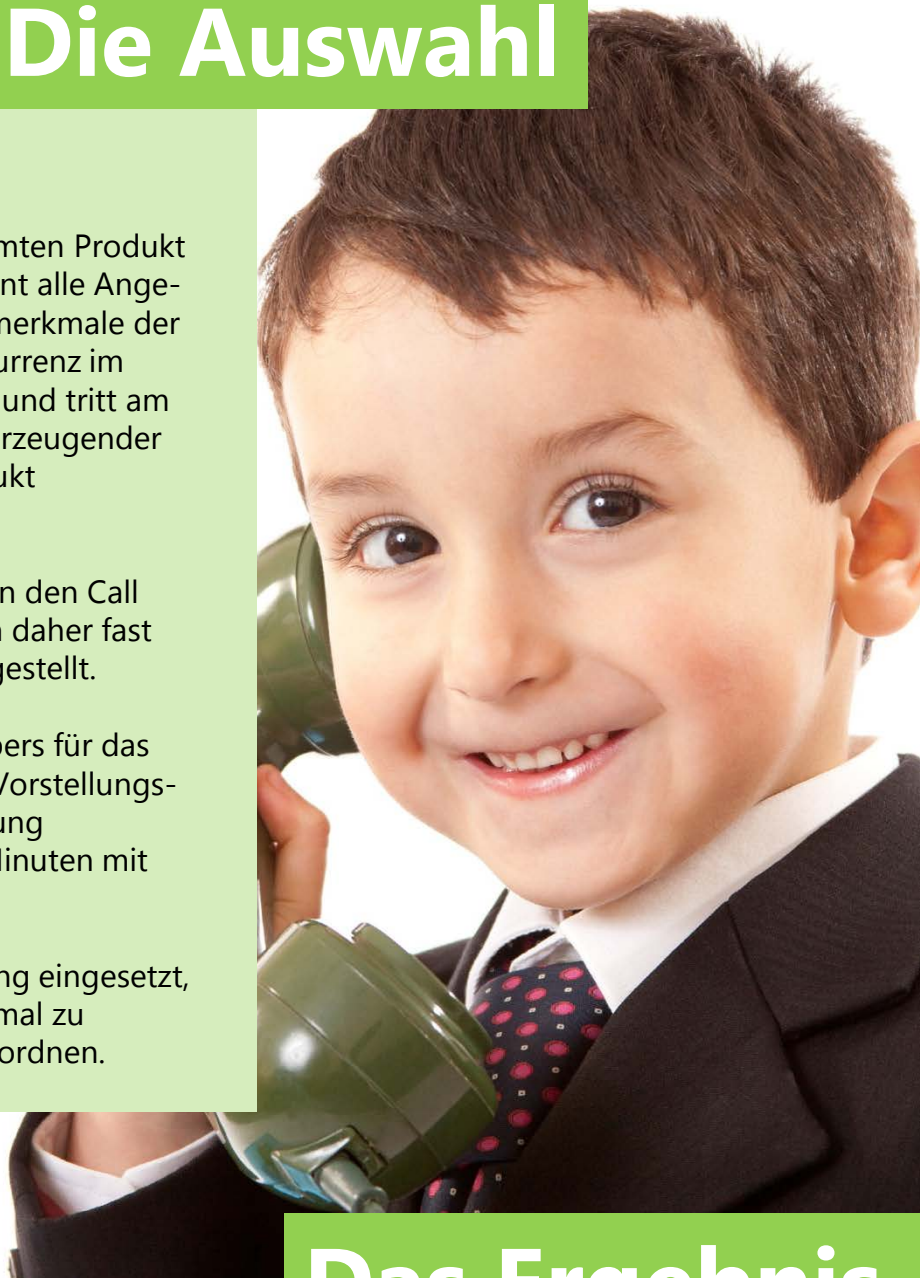
Online-Screening von Bewerbern

Ein Agent, der bei einem bestimmten Produkt selbst Schnäppchenjäger ist, kennt alle Angebote, Preise, Tarife und Produktmerkmale der eigenen Produkte und der Konkurrenz im Detail. Er ist intrinsisch motiviert und tritt am Telefon viel engagierter und überzeugender auf als ein Agent, dem das Produkt gleichgültig ist.

Als Ergebnis der Studie wurden in den Call Centern für Vertriebskampagnen daher fast nur noch Schnäppchenjäger eingestellt.

Der Entscheidertyp eines Bewerbers für das jeweilige Produkt wird vor dem Vorstellungsgespräch in einer Online-Befragung (Screening) in weniger als fünf Minuten mit zwölf einfachen Fragen erhoben.

Zusätzlich wird dasselbe Screening eingesetzt, um bestehende Mitarbeiter optimal zu verschiedenen Kampagnen zuzuordnen.



Das Ergebnis

Kostenreduktion und Performance-Steigerung



Schnäppchenjäger-Agenten hatten im Vergleich zu allen anderen Entscheidertypen eine doppelt so hohe Abschlussquote.



Die Schulungskosten wurden deutlich reduziert, da von vorne herein nur noch Agenten eingestellt wurden, die eine sehr viel höhere Erfolgsquote hatten und damit von sich aus Interesse haben, längerfristig beim Unternehmen zu bleiben.

vocatus



Für unsere Projekte werden wir seit Jahren kontinuierlich prämiert und international ausgezeichnet:

- 2013** ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award"
- 2012** Marktforschungs-Olympiade 2012 – Platz 1
- 2012** ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award "
- 2012** Preis der Deutschen Marktforschung – Nominierung "Innovation"
- 2011** ESOMAR – Nominierung "Excellence Award"
- 2011** Preis der Deutschen Marktforschung – Nominierung "Innovation"
- 2010** ESOMAR – Gewinner "Award for the Best Methodological Paper"
- 2010** Preis der Deutschen Marktforschung – Gewinner "Beste Studie"

Wenn Sie die Optimierung Ihrer Call Center unverbindlich mit unseren Experten besprechen möchten, kontaktieren Sie uns einfach unter: hardy-koth@vocatus.de