



Startseite

Was tun? Fluktuation beim Dienstleister mit einem geheimen Rezept wirksam reduzieren

21. August 2023 - 13:06

Autor: Bernhard Gandolf

Worum geht's?

- Was tun, um Fluktuation wirksam zu reduzieren?
- Wie ein schleichendes Gift seine Wirkung entfaltet.
- Spannende Zahlen, Daten und Fakten
- 4 kurzweilige Lese-Minuten

Hohe Fluktuation beim Dienstleister wirkt wie ein schleichendes Gift. Es leidet die Beziehung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer. Zum Glück gibt es ein geheimes Rezept: regelmäßige psychologisch optimierte Video-Botschaften (= Digital Video-Branding). Mit diesem Digital Video-Branding reduzieren Vendor Manager:innen (= den Dienstleister steuernde Personen), wirksam die Wechselquote des externen Personals.



Warum Fluktuation beim Dienstleister zum Problem wird

Manche Betroffene meinen, Fluktuation beim Dienstleister wäre dessen Problem. Praktisch bedeutet es eine fatale sich verstärkende Kettenreaktion. Häufig stellen auslagernde Unternehmen Unterkapazität bei ihren verlängerten Werkbänken fest. Ärgerlich, weil sich Rückstände anhäufen, Projekte verzögert starten. Gleichzeitig geht Wissen um Abläufe und Inhalte flöten. Die steigenden Schulungskosten, für das Einarbeiten neuer Mitarbeiter:innen trägt über kurz oder lang das beauftragende Unternehmen.

Neue Personen im Kundendialog vermitteln Unsicherheit, begehen Fehler und benötigen längere Bearbeitungszeiten. „Weiß ich nicht. ... Muss mich informieren.“ hören Kund:innen in der Situation. Darunter leidet die Customer Experience, kurz CX. Zwangsläufig gehen die Verkaufszahlen im Kundendialog zurück. Das Vertrauen der Auftraggeber in ihre Dienstleister schwindet. Hier heißt es Handeln!

Fehlendes Vertrauen wirkt als schleichendes Gift

Den Blick in den Status-Report, die Kennzahlen, wagen Vendor Manager:innen in der Situation mit einem mulmigen Gefühl. Wer weiß, wie die Zahlen ausfallen? Habe ich mich auf die Zusage meines Dienstleisters mit Recht verlassen?

Fehlendes Vertrauen führt zu Inkonsistenzen. Jede effektive Zusammenarbeit fußt auf Vertrauen. Wenn das fehlt, wirkt das negativ auf Interaktionen und Entscheidungen.

Mangelnde Offenheit und Kommunikation: Wenn es an Vertrauen mangelt, zeigen sich Menschen zögerlich, Informationen und Ideen auszutauschen. Sie halten Details zurück. Daraus resultieren unvollständige oder widersprüchliche Informationen.

Misstrauen gegenüber Absichten: Ohne Vertrauen neigen wir Menschen dazu, die Absichten und Motive anderer zu hinterfragen. Schnell vermuten wir dann, dass die andere Person absichtlich inkonsistent handelt.

Fehlende Verlässlichkeit: Hält der Gegenüber Vereinbarungen oder Versprechen möglicherweise nicht ein, entstehen Inkonsistenzen. Es fehlt das Gefühl sich auf den Partner verlassen zu können. Also reduzieren Menschen automatisch „die Abhängigkeit“ vom unzuverlässigen Gegenüber.

Politik und Unsicherheit: In einem Umfeld ohne Vertrauen treiben viele Menschen politische Spielchen. Das tun sie, um ihre Position zu stärken, anstatt offen und konsistent zu handeln. Im Fachjargon heißt das „interessensgetriebene Entscheidungsfindung“.

Geringere Risikobereitschaft: Wem es an Vertrauen mangelt, der probiert keine neuen Ideen aus. Menschen scheuen sich dann, innovative Ansätze zu verfolgen, aus Angst vor negativen Konsequenzen. Das raubt dem Outsourcing die Chance auf Heilung der Beziehung.

Diese Kettenreaktion zeigt heftige Auswirkungen

Mitten in der Hochsaison wechselt ein Touristiker seinen Call Center-Dienstleister, weil dieser die Fluktuation nicht in den Griff bekam. Hätte die Touristik-Company das geheime Rezept gekannt, wäre es nicht so weit gekommen.

Fluktuation reduzieren, das geht die beauftragenden Unternehmen etwas an

Starten wir mit einigen Fakten.

Zahlen, bitte!

Der demographische Wandel führt zu einem Arbeitskräfte-Mangel. Branchen, die sich des gleichen Bewerber:innen-Pools bedienen, verzeichnen massives Wachstum. Der Bundesverband für Logistik verkündet +8,5 % Zuwachs 2022. Das e-commerce Magazin berichtet über 100 Mrd. € Umsatz im selben Jahr. Laut Studie eines Berater-Kollegen von pwc, wuchsen die Call Center-Dienstleister in der letzten Dekade um 23 %. Weniger Arbeitskräfte auf dem Markt, mehr Wettbewerb um die Ressource, die Wechselbereitschaft steigt dadurch massiv.

50% Fluktuationsrate

Für Deutschland meldet die Agentur für Arbeit eine Fluktuationsrate für 2022 über alle Branchen hinweg von 15,2%. Die Berater-Kollegen von McKinsey schätzen diese für die Outsourcing-Branche im Customer Care auf 50%. Wie realistisch diese Einschätzung wirkt, zeigt ein Blick auf die Philippinen. Sie gelten als Hauptstadt der Call Center. Der Philippinische Branchenverband berichtet von einer durchschnittlichen Fluktuationsrate, für 2021 von über 60 %!

Das spiegelt sich bei den Outsourcing Service Providern in gesunkenen Bewerber:innen-Zahlen und einer früher undenkbarer Flexibilität. Den neuen Arbeitsvertrag gibt es am nächsten Werktag, Homeoffice auf Rügen oder in Mallorca inklusive.

Herausgefordert in der Onboarding-Phase – mit dem geheimen Rezept entgegenwirken

Seit der Pandemie gilt Homeoffice als gesetzt. Fast alle Call Center-Dienstleister bieten heute das Arbeiten von daheim an.

Das bereitet Herausforderungen – speziell in den ersten vier bis sechs Monaten, bis neue Kolleg:innen als vollwertige Arbeitskräfte in den Projekten agieren.

Als Dienstleistersteuerer:in trifft man die Mehrzahl der für einen arbeitenden Mannschaft bei einem Besuch nicht an. Um die externen Kolleg:innen zu erreichen, heißt es, auf digitale Kanäle ausweichen.

1. Herausforderung: Wie entsteht als virtueller Mitarbeiter für eine beauftragende Marke Identität?

Speziell für Dienstleistersteuerer:innen stellt das eine knifflige Frage dar. Schließlich sollen sich die extern beschäftigten Personen als Markenbotschafter:innen fühlen.

Der sogenannte „Leadership-Papst“ John C. Maxwell gilt als der Experte für Führungsfragen. Von ihm stammt dieser übersetzte Appell. Dies gilt sinngemäß auch für Auftraggeber:innen von Call Center-Dienstleistungen:

Eine der Kernaufgaben einer Führungskraft ist es, Identität zu stiften. Indem sie eine gemeinsame Vision, Werte und Ziele vermittelt, schafft sie eine gemeinsame Identität. Eine starke Teamidentität fördert den Zusammenhalt, die Motivation und das Engagement der Mitarbeiter. Sie schafft ein Gefühl der Zugehörigkeit und stärkt das Vertrauen untereinander. Durch die Förderung einer gemeinsamen Identität ermöglicht es die Führungskraft den Teammitgliedern, sich mit ihrer Arbeit und dem Unternehmen zu identifizieren. Dies führt zu höherer Leistungsfähigkeit und langfristigem Erfolg.

Video-Calls via Teams, Zoom und Co gehören 2023 zum Arbeitsalltag. Vorsicht! Schon mancher Vendor Manager tappte in die Falle, beim Versuch Identität mittels Video-Calls zu erzeugen.

Denn in nur selten gelingt es, alle externen Kolleg:innen in einem Video-Meeting zu treffen. Schnell entsteht eine Zweiklassen-Gesellschaft unter den Agents. Die, die den Auftraggeber in Video-Calls erleben und die, die außen vor sind.



Besser, wir behandeln alle gleich - mit einheitlichen Video-Botschaften.

2. Herausforderung: Warum und wozu?

Im Homeoffice stellt sich schnell die Frage, warum tue ich das - wozu dient meine Arbeit. Hier heißt es ansetzen für Vendor Manager:innen.

Bestseller-Autor Simon Sinek betont in seinem Buch "Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action" die Bedeutung des "Warum". Seine Argumentation: Menschen, die den Sinn hinter ihren Handlungen verstehen, zeigen sich eher bereit, einer Organisation oder einem Unternehmen zu folgen und sich für deren Ziele einzusetzen. Diese Idee lässt sich auf externe Mitarbeiter:innen in der Dienstleistungsbranche übertragen. Mitarbeiter:innen die den Grund für ihre Arbeit verstehen und Ziele des Auftraggebers kennen, sind motivierter einen hochwertigen Service zu bieten.

Ein klarer Sinn und eine Zielsetzung vom Auftraggeber bieten Mitarbeiter:innen in der Dienstleistungsbranche Vorteile.

Es ermöglicht ihnen, sich mit der Mission und den Werten des Unternehmens zu identifizieren. Laut einer Studie sind Mitarbeiter, die sich mit der Mission ihres Unternehmens verbunden fühlen, um 40 Prozent produktiver. Sie verstehen den Sinn ihres Beitrags zum Erfolg des Auftraggebers. Sie stellen so eine stärkere Verbindung zu dessen Zielen her und steigern deshalb ihre Leistung.

Außerdem fördern ein klarer Sinn und eine Zielsetzung die Zufriedenheit. Studien zeigen, dass das Verständnis der Mitarbeiter:innen für den Sinn ihrer Arbeit, die Wahrscheinlichkeit mit der Arbeit zufrieden zu sein um 64 Prozent erhöht. Kundenfeedback und die Erfüllung von Kundenerwartungen sind in der Dienstleistungsbranche von entscheidender Bedeutung. Externe Kolleg:innen, die den Zweck ihres Handelns verstehen, zeigen mehr Bereitschaft, zusätzliche Anstrengungen zu unternehmen, um die Kund:innen zufriedenzustellen. Darüber hinaus trägt ein Sinn und eine Zielsetzung vom Auftraggeber zur Bindung bei.

Laut einer Umfrage kostet die Rekrutierung und Einarbeitung neuer Mitarbeiter:innen durchschnittlich das Sechsfache des Gehalts von bestehenden Kolleg:innen. Ein klarer Sinn und eine Zielsetzung schaffen eine positive Arbeitsumgebung. Menschen fühlen sich so geschätzt und sehen einen Sinn in ihrer Arbeit. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die externen Kolleg:innen im Projekt bleiben und ihre Loyalität langfristig aufrechterhalten.

Mit psychologisch optimierten (=psychologische Aspekte und Verhaltensweisen der Zielgruppe ansprechen und positiv beeinflussen) Video-Botschaften vermitteln Vendor Manager:innen die Antworten auf „warum“ und „wozu“.

3. Herausforderung: Wie lässt sich die fehlende soziale Bindung auffangen?

Keine Frage, die Arbeit im Homeoffice bietet viele Vorteile. Gleichzeitig fehlt es an sozialem Kitt. Kein Gesicht lächelt einen nach einem schwierigen Vorgang an. Keine Gleichgesinnte auf dem Flur, im Pausenraum,.. Das Fehlen dieser sozialen Bindung begünstigt den schnellen Wechsel des Arbeitgebers.

Auch hier greifen Video-Botschaften. So heißt es vor allem Nähe, Respekt und Wertschätzung als Auftraggeber für den Einsatz der Menschen zu vermitteln. Und das regelmäßig! So fördern wir die Identität, das Warum und die soziale Bindung.

Tags: [Fluktuation](#) [Vertrauen](#) [Personal](#) [Mensch](#) [Mitarbeiter](#)

Autor:

Bernhard Gandolf



Bernhard Gandolf arbeitet als Geschäftsführer und Certified Management Consultant bei der Unternehmensberatung eisq GmbH & Co. KG. Er gilt seit 20 Jahren als Experte für operative Exzellenz im Dienstleistungs- und Servicemanagement.

Medienpartner

Mit freundlicher Unterstützung unserer Medienpartner:



Stimmen von Teilnehmern

"Ich war anfangs etwas skeptisch bezüglich des neuen Formates, habe dann aber festgestellt das es vorzüglich funktionierte und war letztlich völlig überzeugt. Besonders gefallen hat mir, das am Schluss alle Referenten nochmal eine kurze Zusammenfassung Ihres Vortrages gegeben haben. (man kann ja nicht an allen Vorträgen teilnehmen). Als Fazit kann ich sagen: eine sehr gelungene Veranstaltung und die neue Form ist überaus zukunftsfähig. Vielen Dank!!"

Sehr gelungene Veranstaltung

[mehr](#)

Twitter

Tweets von @ErfolgreichesCC

Erfolgreiches CC

@ErfolgreichesCC · 7 Min.



Sage dem Kunden lieber mal „Servus, mache es gut! Vielleicht passt es ja ein anderes Mal

Georg Blum: Mehr Klarheit - mehr Spass beim erfolgreichen Kundenmanagement.

 erfolgreicher-kundendialog.de

#Kundenmanagment #Vertrieb #erfolgKD
#erfolgreicherKundenDialog #Hanau



Erfolgreiches CC

@ErfolgreichesCC · 12. Sep.



Veranstalter



Copyright © Sellmore GmbH | Impressum | Datenschutzerklärung