

Die norddeutsche Azur Dialogmarketing bringt unter dem Kürzel CCSIM (Call Center Simulation) ein Softwaretool auf den Markt, das Abläufe in einem Inbound Center simuliert. „Wir wollten ein Tool schaffen,

men kann je nach Kundenwunsch angepasst werden, allerdings mit einer Bedingung, so Reinke: „Drei Runden sind das Minimum, um einen Lerneffekt zu erzielen.“ Gewinner ist, wer den Dreiklang von Mitarbeiterzu-

krank? Ist Gehalt wichtiger als Teamgröße? Welche Rolle spielen Schulungen? Wir standen vor genau diesen Fragen und haben deshalb ein möglichst flexibles Ursache-Wirkungsgeflecht entwickelt, um die Dynamik der Call Center abzubilden“, erklärt Reinke.

Gemeinsam mit dem ebenfalls in Bremen ansässigen Unternehmen Trenz, das für die technische Umsetzung verantwortlich zeichnet, entstand die Simulation zunächst als Abbildung eines reinen Inbound-Call Centers. Die Komplexität der Zusammenhänge von Forecast, Personaleinsatzplanung, realem Volumen und Qualitätsaspekten wird anhand zusammengefasster Zeiträume vereinfacht dargestellt. So weisen die Forecasts und ACD Datenreports zwar in 30-Minuten-Intervallen aus, die Entscheidungen jedoch beziehen sich auf eine Periode von sieben Tagen. CCSIM soll demnächst um den Outboundbereich ergänzt werden. (kwf)

Call Center simuliert

Eine neue Softwarelösung simuliert spielerisch komplette Contact Center-Abläufe und macht sie so nachprüfbar. Der Reiz: Die Nutzer sind im Wettstreit miteinander.

das die Produktionsabläufe im Call Center spielerisch reizvoll und betriebswirtschaftlich plausibel umsetzt“, erklärt Hartmut Reinke, Inhaber von Azur. „Die Teilnehmenden an CCSIM treten im Wettbewerb gegeneinander an und spielen um den Sieg, der durch die richtigen Entscheidungen und das Beobachten der Konsequenzen errungen wird.“

An dem Wettbewerb können bis zu vier Mannschaften mit insgesamt maximal 16 Personen teilnehmen. Das web-fähige Tool ist als Mischung aus Präsenz-Seminartagen und Spielrunden angelegt. Der zeitliche Rah-

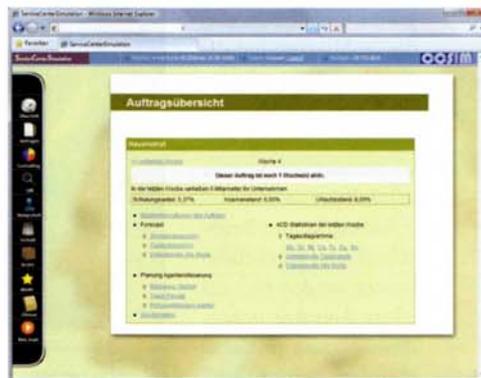
friedenheit, Wirtschaftlichkeit und Kundenzufriedenheit am besten beherrscht und seine Entscheidungen entsprechend einrichtet.

CCSIM arbeitet mit frei konfigurierbaren Parametern, die für jeden Wettbewerb individuell angepasst werden können. Krankenstand, Urlaubsquote, Kundenzufriedenheitsanalysen, ACD-Ausfälle und auftragsspezifische Details verleihen der Simulation ihren realitätsnahen Charakter.

Die Teilnehmer entscheiden von der Auswahl und der Übernahme eines Auftrags in die Produktion bis zur Personaleinsatzplanung und den Gehaltsstrukturen über eine Reihe relevanter Kriterien. „Am schwersten war es für uns, die Gewichtung einzelner Parameter zu definieren. Etwa: Macht Mehrarbeit krank? Und wenn ja, wie viel Mehrarbeit macht wann wie

AUSPROBIEREN AUF DER CALL CENTER WORLD

Die Simulationssoftware CCSIM ist auf der Call Center World am Stand von 4Com zu finden. **Halle 4, B2**



Bei CCSIM handelt es sich um die Simulation der Abläufe eines Inbound-Call Centers, in der komplette Kampagnen durchgespielt werden – und zwar in Form eines Wettbewerbs.



Unsere Bausteine für Ihren Erfolg...



CALL CENTER

E-COMMERCE

DEBITOREN-MANAGEMENT

WAREHOUSING

DISTRIBUTION

Besuchen Sie uns:

Call Center World
[Halle 1 / Stand A27]

www.baur-fs.de

Inland / Ausland
Versand B2C / B2B
24-Stunden Service
Retourenabholung
Nachnahme

Bestellservice
Kundenservice
Direktverkauf
Produktberatung
Kundenreaktivierung

Internetshop
Portal-Technologien
Web-Design / Hosting
Content Management
Affiliatemarketing

Bonitäts-Prüfung
Adressvalidierung
Zahlungsabwicklung
Finanzbuchhaltung
Vermittlung von Inkasso

Wareneinzug
Konfektionierung
Qualitätsprüfung
Lagerwirtschaft
Retourenmanagement