

AMEVIDA – ERSTE WAHL FÜR KUNDEN

In Zeiten der zunehmenden Digitalisierung steigen die Anforderungen an Unternehmen durch neue Technologien und durch die damit verbundenen Konsumentenbedürfnisse. Dies wirkt sich auch auf den Kundenservice aus, bei dem der Endverbraucher zunehmend gewohnt ist, verschiedenste Kommunikationskanäle in Anspruch zu nehmen.

DREI FRAGEN AN
DR. MATTHIAS EICKHOFF,
VORSTAND DER AMEVIDA



© AMEVIDA

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen an Ihr Unternehmen?

EICKHOFF: Für das neue Jahr 2020 steht bei AMEVIDA vor allem der Mensch – Kunde, Mitarbeiter, Auszubildende und Bewerber – im Mittelpunkt. Für unsere Kunden werden wir weiterhin alles geben, um die erste Wahl zu sein, dies vor allem durch ausgebildete und motivierte Mitarbeiter, welche wir mit höherem Vertrauen und besserer Unternehmenskommunikation, aber natürlich auch besserer Qualifizierung dauerhaft binden.

Wie unterstützen Sie Ihre Mitarbeitenden?

EICKHOFF: Jeder unserer Mitarbeiter wird ausführlich und kompetent geschult, bevor er ins Projekt geht. Und auch danach begleiten wir die Mitarbeiter durch Coaches und Trainer. Daneben setzen wir auf die Gesundheit der Kundenberater. Neben regelmäßigen Obsttagen haben wir im Falle, dass doch mal jemand krank wird, jedem Mitarbeiter, der länger als ein Jahr im Unternehmen ist, eine private betriebliche Krankenzusatzversicherung geschenkt. Denn unsere Call Center-Agenten sind unser höchstes Gut.

Die Digitalisierung und Automatisierung sind große Themen in der Branche. Unser Gefühl sagt uns, dass es zwar vorangeht, aber nicht mit der Geschwindigkeit, die notwendig ist. Was sind die Gründe dafür?

EICKHOFF: Auch wenn mit der Digitalisierung bereits technische Lösungen bestehen, die vollumfänglich autark agieren können, kann Digitalisierung insbesondere bei komplexeren, vertrieblichen Aufgaben nur mit dem Faktor „Mensch“ erfolgreich agieren. Ein Bot beispielsweise kann die menschliche Komponente nicht ersetzen. Ein Lächeln in der Stimme bewirkt oft mehr als jede digitale Verkaufstaktik.

Die Art und Weise wie Unternehmen mit ihren Kunden in Kontakt treten, ist entscheidend bei der Produktwahl.

Umso entscheidender ist es für Contact Center, dass sie auf Kundenanliegen schnell, kompetent, lösungsorientiert, aber auch menschlich reagieren. Nur so gewährleisten Unternehmen und Contact Center Kundenzufriedenheit.

Know-how und Erfahrung

Als eines der größten inhabergeführten Call Center Deutschlands hat es sich AMEVIDA zur Aufgabe gemacht, unter den Contact Centern die erste Wahl für seine Kunden und deren Kunden zu sein. Das im Jahr 1998 gegründete Unternehmen bietet mit seinen rund 2.300 Mitarbeitern langjährige Erfahrungen in der Kundenbindung, Kundengewinnung und Kundenrückgewinnung. Unternehmen aus dem Telekommunikationssektor sowie aus diversen anderen Branchen zählen zu den Auftraggebern des Dienstleisters. Kundenanliegen werden dabei von sieben Standorten heraus bearbeitet. „Wir setzen auf richtungsweisende Kommunikations- und Dialogmarketingtechniken, um einen auf die Ziele des Kunden zugeschnittenen und herausragenden Kundenservice anbieten zu können. Mithilfe modernster Technologie und unseren geschulten Mitarbeitern sind wir immer in der Lage, den Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden“, erklärt Dr. Matthias Eickhoff, Vorstand der AMEVIDA SE.

Rundum-Service für Kunden

Da das Kommunikationsverhalten der Endkunden immer komplexer wird, bietet AMEVIDA einen Omnikanal-Kundenservice an, um den Erfolg seiner Kunden sicherzustellen. Entsprechend gewinnen neben dem klassischen Telefon weitere Kommunikationskanäle wie Chat und mobile Anwendungen an Bedeutung. Doch auch in Zeiten von Bots, die bei einfachen Anliegen von Menschen kaum unterscheidbare Leistungen bringen, sind vor allem vielschichtige Kundenanliegen weiterhin auf Menschen angewiesen. Für AMEVIDA arbeiten auf Kundenbedürfnisse fokussierte Mitarbeiter, die die Auftraggeber-Anforderungen durch entsprechende Schulungen optimal erfüllen. Neben der Bestandskundenbetreuung mit technischer Kundenberatung – 1st bis 3rd Level, vom Welcome Desk bis zum Beschwerdemanagement – zählen Gewinnung neuer Kunden sowie Rückgewinnung im B2B- und B2C-Segment zu den Kernkompetenzen des Unternehmens.

Mit webbasierten Chatlösungen wie Sales Chat, Live Chat und Co-Browsing und auf mobile Endgeräte ausgerichteten Kommunikationslösungen werden die Kunden verstanden und deren Bedürfnisse umgehend beantwortet. Mit hohen Qualitätsstandards gesichert durch Voice Recording, Silent Monitoring und Double Check-Verfahren sowie hohen Sicherheitsstandards für Datenmanagement, Datenschutz und Auftraggeber Content wird der Erfolg sichergestellt.

Durch die jahrelange Erfahrung und das entgegengebrachte Vertrauen der Kunden entsteht ein Dialog auf Augenhöhe. Die Topplatzierungen in vielen Kundenprojekten bestätigt das Leistungs- und Qualitätsversprechen von AMEVIDA und ist Grundlage für erfolgreiche Kundenbeziehungen. Um erste Wahl zu sein, versucht AMEVIDA immer, die Anliegen der Auftraggeber sowie deren Kunden professionell und effektiv zu lösen und gleichzeitig die Verantwortung für den Kunden und die eigenen Mitarbeitenden zu übernehmen. www.amevida.de

AUTOR: -RED.

STARK IM WESTEN – ZUHAUSE IM RUHRGEBIET

Unser Unternehmen ist einer der führenden Anbieter für Customer-Care Dienstleistungen in Deutschland. Wir bieten unseren Kunden ein hochaktuelles, attraktives Portfolio innovativer Dienstleistungen rund um das Dialog-Marketing. Große Player der Telekommunikation und Informationstechnologie, sowie aus Handel und Industrie setzen auf das Know-How und die Menschlichkeit von AMEVIDA. Viele unserer Kunden vertrauen seit Jahren auf unsere Dienstleistungen und zählen auf unsere Position als eines der größten inhabergeführten Call-Center Deutschlands. Unser Herz schlägt im Ruhrgebiet! Mit Hauptsitz in Gelsenkirchen beschäftigt AMEVIDA an den Standorten Bochum, Dortmund, Düsseldorf, Essen, Gelsenkirchen und Oberhausen rund 2.300 Mitarbeiter.

www.amevida.de