

NO 1 | 2021

BUSINESS
SUCCESS
MANAGEMENT

INTRE



DAS HOMEOFFICE- KUNDENSERVICE- CENTER

NINA MÜLLER *Geschäftsführerin, expertcloud.de GmbH*
BENJAMIN BARNACK *Geschäftsführer, expertcloud.de GmbH*

INTRE COMMUNITY INTERVIEW

BENJAMIN BARNACK

Geschäftsführer, expertcloud.de GmbH

NINA MÜLLER

Geschäftsführerin, expertcloud.de GmbH





ÜBER

BENJAMIN BARNACK

Benjamin Barnack blickt auf 18 Jahre Erfahrung im Customer Service zurück – in den Jahren ab 2004 als Consultant bei einer Sparte der arvato direct services (Bertelsmann AG), als Personalentwickler und Projektleiter bei der Deutschen Post Customer Service Center GmbH und als Manager Sales & Marketing bei der Sparda Telefon-Service (heute SUMMACOM). Von 2014 bis 2016 war er bei der D+S Unternehmensgruppe u. a. als Geschäftsführer der D+S 360° Webservice GmbH für die Entwicklung von digitalen Kundenservice-Lösungen verantwortlich. 2017 wechselte Ben zur gevekom GmbH nach Dresden, wo er bis 2020 für das Wachstum und die internationale Expansion verantwortlich war. Seit Februar 2021 ist Benjamin Barnack Geschäftsführer bei der expertcloud. Seit 2017 ist er Vorstandsmitglied beim Call Center Verband Deutschland e.V.

ÜBER

NINA MÜLLER

Nina Müller ist seit über sechs Jahren bei der expertcloud und seit vier Jahren Geschäftsführerin. Nina hat Pädagogik und Multimedia studiert, viele Jahre lang in der E-Learning-Branche gearbeitet und währenddessen berufsbegleitend einen Master im Management absolviert. Sie machte sich mit einer kleinen Poloshirt-Firma selbstständig, die nicht das gewünschte Resultat abwarf. So kam sie 2011 als E-Learning-Freelancer zur expertcloud. Sie baute dort als Freiberufler eine E-Learning-Abteilung auf und ließ sich schlussendlich doch als Head of Training festanstellen. Als die COO Stelle vakant wurde, warf sie ihren Hut in den Ring und ist nun seit Februar 2017 Geschäftsführerin. Während der gemeinsamen Zeit mit dem ehemaligen Geschäftspartner war sie hauptsächlich zuständig für Operations und Recruiting. Im Jahr 2020 führte sie das Unternehmen allein.





DAS HOMEOFFICE- KUNDENSERVICECENTER

Im letzten Jahr feierte die expertcloud ihren zehnten Geburtstag. Das Unternehmen gehört zu den Pionieren und führenden Anbietern, wenn es um work@home-Konzepte im Customer Service geht. Mittlerweile sind tagtäglich über 400 Experten im virtuellen Contact Center mit viel Leidenschaft und Motivation für die Auftraggeber aus Wirtschaft, Industrie und Handel im Einsatz.

EIN GESPRÄCH MIT BENJAMIN BARNACK UND NINA MÜLLER

expercloud.de GmbH

Anfang Februar wechselte Benjamin Barnack zu expertcloud und führt seit einigen Wochen gemeinsam mit Nina Müller die Geschäfte. Die beiden haben ambitionierte Ziele für die Zukunft – viele gute Gründe für INTRE, Nina und Ben im Berliner Office zu besuchen und über ihr Geschäftsmodell, wirklich guten Kundenservice und ihre Zukunftspläne zu sprechen.

INTRE: Nina, Ben, ihr seid neu als Team. Wie organisiert ihr euch? **NINA:** Ben wird die Rolle des Außenministers übernehmen, ich verstehe mich als Innenministerin. Zu Bens Themen gehören zum Beispiel Sales, Marketing oder das Key Account Management für unsere Partner. Mein Fokus liegt auf den Themen People und Operations. Themen wie Legal, Finance und IT werden wir aufteilen.

INTRE: Ihr sagt, dass ihr vollkommen digital und virtuell arbeitet. Eure Experten arbeiten zu Hause. Und die Fach- und Führungskräfte? **NINA:** Auch unsere Fach- und Führungskräfte arbeiten zum Teil vollständig aus dem Homeoffice. Unsere gesamte Organisation ist auf das Arbeiten von zu

Hause ausgelegt. **BEN:** Auch ich werde ungefähr 80 Prozent meiner Arbeitszeit im Homeoffice arbeiten. Die übrige Zeit bin ich dann in unserem Berliner Office.

INTRE: Die Pandemie hat viele Unternehmen gezwungen, im Expresstempo Konzepte fürs Homeoffice aus dem Boden zu stampfen. Ihr habt einige Jahre Vorsprung. Wie funktioniert das bei euch? **NINA:** Das Wichtigste in der Zusammenarbeit ist Vertrauen! Ich prüfe nicht, wann Mitarbeiter online gehen oder sich abmelden. Wir führen die Organisation und unsere Teams über klar formulierte und realistisch erreichbare Ziele. Auch unsere Meeting- und Kommunikationskultur ist vollständig an die Arbeit im Homeoffice angepasst. Im täglichen 15-minütigen Stand-up geht es um das Tagesgeschäft, im Weekly diskutieren wir im Team und in den Quarterlys besprechen wir mit jedem Mitarbeiter einzeln die aktuellen Entwicklungen. Jedes Quartal haben wir zudem ein Motto und einen Preis, wenn ein Großteil der Ziele erreicht wurden. Das bringt Spaß, Motivation und Teamzusammenhalt ins Homeoffice.

INTRE: Welchen Fehler machen die meisten Unternehmen, wenn Homeoffice neu eingeführt wird? **NINA:** Ich denke, dass die Mitarbeiter noch mehr überprüft werden, ob sie auch wirklich online sind und nicht womöglich Wäsche waschen. Dadurch fühlt sich der Mitarbeiter nicht wertgeschätzt und merkt, dass man ihm nicht vertraut. Wenn Mitarbeiter sich eingeengt fühlen, können keine kreativen Ideen erwachsen. Sie lösen Herausforderungen nicht selbst, haben somit keinen Spaß bei der Arbeit und sind nicht mit 100 % bei der Sache. Die zweite Herausfor-



→ derung ist, dass kein Raum für Privates geschaffen wird. Gerade im Homeoffice ist es umso wichtiger, soziale Kontakte zu pflegen, Anstöße dafür zu geben, dass Mitarbeiter sich auch mal privat austauschen können. Man kann dafür einen eigenen „virtuellen Raum“ schaffen und Gespräche anregen. Manchmal ist es auch für die Führungskraft sinnvoller, sich die privaten Herausforderungen eine halbe Stunde anzuhören, als über die Ziele zu sprechen – gerade aktuell in Corona-Zeiten, da wir alle unser Päckchen zu tragen haben.

INTRE: Hat sich der Standpunkt einiger Auftraggeber gegenüber einem work@home-Ansatz in den letzten Monaten verändert? BEN: Auch vor Corona gab es schon einige Auftraggeber, die sehr offen gegenüber dem Thema waren. Aber es gab natürlich auch Entscheider, die den Ansatz per se ausgeschlossen haben. In den letzten Monaten hatten viele Unternehmen eigentlich gar keine andere Wahl und

es hat sich gezeigt, es geht doch, und zwar ziemlich gut. Ich bin fest davon überzeugt, dass dadurch auch viele Entscheider nun ganz anders mit dem Thema work@home umgehen. Wir beweisen ja seit fast elf Jahren, dass wir dem normalen stationären Contact Center in nichts nachstehen.

INTRE: Wie schafft ihr die virtuelle Vernetzung? Von welchem Anbieter ist die Lösung? BEN: Wir haben eine selbst programmierte Plattform, über die wir die Planung und Steuerung unserer Experten verwalten. Für den Austausch untereinander nutzen wir aktuell noch Slack, werden aber mittelfristig auf MS Teams umstellen.

INTRE: Das Portfolio der klassischen Dienstleister kennt man: Inbound, Outbound & Backoffice. Was habt ihr in eurem Werkzeugkasten? NINA: Was gibts denn außer den drei Themen noch? (lacht) Aktuell bieten wir kein Outbound mehr an, da wir festgestellt haben, dass man hier die Ex-



perten im Homeoffice doch nochmal ganz anders managen muss. Ich bin überzeugt, dass das in der Cloud auch wunderbar geht, aber das ist aktuell nicht im Fokus. Es ist aber nicht ausgeschlossen, dass wir uns dem Thema wieder widmen. Ansonsten decken wir die gesamte Bandbreite des Inbounds inklusive Backoffice ab.

INTRE: Angenommen wir wären jetzt hier in einer Anbieterpräsentation in der vorletzten Runde einer Ausschreibung. Euer Wettbewerb ist ein Generalist mit ein paar hundert Agenten an mehreren Standorten. Warum sollte ich mich für euch entscheiden? **BEN:** Ich glaube, die Dienstleister mit größeren Standorten werden es zukünftig schwer haben. Das Recruiting ist in der Regel auf das Einzugsgebiet der jeweiligen Standorte beschränkt. Wir haben die Möglichkeit, deutschlandweit, im Zweifel global, die besten Köpfe für das geplante Projekt suchen zu können. Viele Wettbewerber vereinbaren mit ihren Auftraggebern

Projektziele, die in der Umsetzung nur in den seltensten Fällen bis in die Teams durchdringen. Uns ist es wichtig, dass alle im Projekt beteiligten Personen die definierten Ziele kennen und deren Hintergründe verstehen. Wir nehmen die Menschen also mit auf die Reise und schaffen so ein ganz anderes Verantwortungsbewusstsein. Häufig liegt der größte Fokus im Management auf den großen Accounts, dann auf den mittleren Projekten und schließlich gibt es noch die C-Kunden, die kleineren Projekte. Bei der expertcloud bekommen alle Auftraggeber die gleiche Aufmerksamkeit. Wir haben keine ABC-Kunden. Wir versuchen



→ auch im Vorfeld zu schauen, dass die Größe potenzieller Projekte zu unserer Struktur und neue Projekte zu unseren Kernkompetenzen passen. Sind wir also in der Endrunde einer Ausschreibung, dann können die Entscheider auf der anderen Seite des Tisches absolut überzeugt sein, dass wir wissen, was wir tun, und eine grundlegende Expertise für die Branche und das geplante Projekt mitbringen.

INTRE: Das klingt sehr selbstbewusst. Soll das heißen, dass die Geschäftsmodelle klassischer Dienstleister keine Zukunft haben? **BEN:** Mit Sicherheit haben stationäre Dienstleister auch eine Perspektive. Schwieriger wird es eher für die Generalisten ohne Spezialisierung oder umfangreiches Know-how für bestimmte Themen, Branchen oder Technologien.

INTRE: Ihr findet also die besten Experten für eure Auftraggeber. Könnt ihr jede Branche und jedes Projekt abdecken oder gibt es auch Skills, die ihr nicht bedienen könnt?

NINA: Ich kenne jetzt natürlich nicht zu jedem fachspezifischen Skill die aktuelle Recruiting-Situation in Deutschland bzw. in Europa, ich würde aber sagen: Jeder Skill ist rekrutierbar.

INTRE: Würdet ihr Projekte ablehnen, auch wenn ihr sie bedienen könnt? **BEN:** Klar! Wir achten schon auch sehr darauf, dass der Kunde zu uns passt. Und es gibt natürlich Themen, die wir grundsätzlich nicht bedienen wie Glücksspiel oder Rüstungsindustrie. Nachhaltigkeit spielt bei unserer Entscheidung ebenfalls eine Rolle. Es ist uns ja auch wichtig, dass wir am Ende des Jahres sicherstellen, dass wir komplett CO₂-neutral gearbeitet haben.

INTRE: Zurück zu den Auftraggebern. Welche Projekte oder welche Auftraggeber würden am besten zur expertcloud passen?

BEN: Unternehmen, die einen echten Partner suchen. Wir wollen auf Augenhöhe arbeiten, den Kundenservice unserer Auftraggeber weiterentwickeln und einen Beitrag leisten. Mit Unternehmen, die ihren Kunden guten, flexiblen Kundenservice bieten wollen und die Kundenservice nicht nur als Cost Center sehen. Und natürlich alle Kunden, denen Nachhaltigkeit wichtig ist, mit uns haben sie einen CO₂-neutralen Dienstleister. Unser Schwerpunkt liegt in der Realisierung von Projekten für Auftraggeber aus dem E-Commerce und stationären Handel. Neben diesen Schwerpunkten haben wir aber auch einige Auftraggeber aus dem Verlagswesen und aus dem Dienstleistungsbereich.

INTRE: Wie sehen eure Wachstumspläne aus? **BEN:** Wir wollen natürlich mit der expertcloud weiterwachsen. Unser angestrebtes Ziel sind 20 Prozent Wachstum pro Jahr. Unser selbst gesetztes Limit liegt bei 30 Prozent.

INTRE: Wieso setzt man sich ein Limit für ein mögliches Wachstum?

NINA: Weil wir beide der Meinung sind, dass ein zu schnelles Wachstum ungesund für die Organisation ist. Wir wollen neue Projekte auf ein solides und stabiles Fundament stellen. Wir wollen die Menschen bei uns in den Teams für die neuen Projekte begeistern und mitnehmen.

Wir beweisen ja seit fast elf Jahren, dass wir dem normalen stationären Contact Center in nichts nachstehen.



Wir nehmen die Menschen mit auf die Reise, holen alle ins Boot und schaffen so ein ganz anderes Verantwortungsbewusstsein.

Wir möchten neue Projekte auch nur dann starten, wenn wir zu dem Zeitpunkt die nötigen freien Ressourcen für das Projekt haben. Neben unseren Experten sind das zum Beispiel unsere Projektleiter, Trainer und Qualitätsmanager.

INTRE: Wo seht ihr das Unternehmen in fünf Jahren? BEN: In fünf Jahren liegen wir bei rund 15 Mio. Jahresumsatz und werden knapp 1.200 Freelancer in den von uns realisierten Projekten einsetzen. In fünf Jahren sind wir außerdem einer der bekanntesten Dienstleister am Markt. Auf der Call Center World 2026 kennen neun von zehn Besuchern die expertcloud als zuverlässigen, innovativen und flexiblen Dienstleister.

INTRE: Wie seht ihr die Branche in den nächsten fünf Jahren? BEN: Auch in den kommenden Jahren wird sich ein weiterer Teil der Kontakte entweder auf digitale Kanäle und Plattformen verlagern oder es werden eben Kontakte reduziert, zum Beispiel durch KI, Bots oder Selfservice-Lösungen. Die Vielfalt der Kanäle bleibt, die Kontakte werden sich weiterhin ein Stück verlagern und manche werden wegfallen. Aber das Telefon wird auch in fünf Jahren eine Daseinsberechtigung im Contact Center haben.

INTRE: Werden sich die Anliegen der Kunden am Telefon ändern? BEN: Die Anliegen der Kunden am Telefon werden sich komplett verändern. Wenn ein Kunde anruft, dann gibt es zwei gute Gründe. Entweder er hat ein echtes Problem und kommt selber nicht weiter, dann erwartet er eine hohe Lösungskompetenz, also einen echten Experten. Oder der Kunde legt Wert auf eine persönliche Beratung und möchte einen echten Menschen sprechen. Dieser Kunde wünscht eine möglichst individuelle Lösung für sein Anliegen, die volle Aufmerksamkeit und Wertschätzung.

INTRE: Fachwissen lässt sich trainieren, Kommunikation sicher auch. Aber wird damit dann auch immer die von dir beschriebene Erwartungshaltung der Kunden erfüllt? NINA: Erstens: Eine für den Kunden individuell passende Lösung kann nur ein absoluter Experte liefern, der die Produkte beziehungsweise Dienstleistungen exzellent kennt und versteht. Der zweite Punkt ist der persönliche Faktor. Unsere Experten sitzen im Homeoffice in ihrer selbst geschaffenen



Wohlfühlumgebung und können sich zu 100 % auf den Anrufer konzentrieren.

INTRE: Und wie konkret profitieren eure Auftraggeber davon? BEN: Wir können für jedes noch so spezielle Thema die Experten rekrutieren, die das Fachwissen mitbringen. Ob 30 erfahrene Kosmetikerinnen für die Produktberatung einer Online-Parfümerie, erfahrene Physiotherapeuten für die Beratung für Gesundheitsübungen im Homeoffice im Auftrag einer Krankenkasse oder junge Mamas und Papas für die Beratung eines Versandhändlers für Spielzeug und Babybedarf – wir finden die gesuchten Experten für jede Anfrage.

INTRE: Wie seid ihr im Recruiting aufgestellt? BEN: Das Recruiting unserer Experten ist hocheffizient. Der Experte startet mit einem kleinen Assessment, das im Anschluss automatisiert ausgewertet wird. Bei allgemeinen Skills



→ arbeiten wir auch ohne Lebenslauf, der Experte soll uns in einer kleinen Videobewerbung von maximal fünf Minuten davon überzeugen, dass er guten Kundenservice leisten kann. Im Anschluss gibt es noch ein 20-minütiges Interview, nach dem der Experte umgehend ein Feedback erhält.

INTRE: Und wie sieht euer Onboarding aus? **NINA:** Einige zu klärende Formalien laufen mittlerweile automatisiert über unsere Plattform. Dann erfolgt eine Datenschutzbildung, die der Experte erfolgreich absolvieren muss, um zum Training zugelassen zu werden. Das Fachtraining erfolgt bei uns ausschließlich virtuell. Dabei setzen wir nicht nur auf unser virtuelles Klassenzimmer oder Webinare, sondern verstärkt auch auf Selbstlernprogramme und -module, um das Lernen so flexibel und explorativ wie möglich zu gestalten. Jedes unserer Trainings schließt mit einem Abschlusstest ab, bevor es dann ins Training on the Job geht. Je nach Komplexität erhält der Experte zum Start eine 1:1-Betreuung durch einen Quality Supervisor oder einen erfahrenen Mentor. Erst wenn alle Beteiligten an der Stelle ein gutes Gefühl haben, geht es für die Experten in den Normalbetrieb.

INTRE: Manche Leser setzen darauf, dass Training nur in Präsenzform vor Ort funktionieren kann, genauso wie Coaching. Was sagt ihr dazu? **NINA:** Ich bringe fast 20 Jahre E-Learning-Erfahrung mit. Ja, E-Learning gibt es schon so lange! (lacht) Und ich habe noch keinen Inhalt erlebt, den man nicht auch virtuell vermitteln kann, es ist im Zweifel nur eine Frage des Geldes. E-Learning ist eine große Chance, mit der man viel individueller auf die Bedürfnisse des Einzelnen eingehen kann. Wir haben vor einiger Zeit ein sechswöchiges Techniktraining eines TV-Anbieters in ein dreiwöchiges E-Learning umgebaut und hatten genau die gleiche Startqualität bei den Experten wie bei Agenten aus vergleichbaren Präsenztrainings. Der Trainer steht nicht mehr so viel vor der Klasse, wird aber auch nicht von allen

Unsere Experten sitzen zu Hause in ihrer selbst geschaffenen Wohlfühlumgebung und können sich zu 100 % auf den Anrufer konzentrieren.

gebraucht und kann sich in dieser Zeit besser um die kümmern, die mehr Unterstützungsbedarf haben. Das Ergebnis ist eine bessere und homogenere Qualität.

INTRE: Eure Ansätze, Prozesse, Werkzeuge und Tools sind sehr innovativ. Wo liefert ihr sonst noch echte Mehrwerte für eure Auftraggeber und deren Endkunden? **BEN:** Ich habe in den letzten Jahren immer wieder mit SixSigma und Lean Management die Optimierung von Prozessen und Projekten voranbringen dürfen. Wir werden diese Tools auch bei expertcloud als Mehrwert anbieten und neben dem Service-Check, dem Service-Labor und dem Digital-Lab Tools neue Ideen etablieren, um in neuen und bereits laufenden Projekten immer wieder Verbesserungspotenzial zu identifizieren und Lösungen zu schaffen, von denen Endkunden, Auftraggeber und im besten Fall die expertcloud gleichermaßen profitieren.

INTRE: Wie werden solche Ansätze im Projekt integriert? Bedeutet Mehrwert auch Mehrkosten? **BEN:** Nein, diese Mehrwerte sind bei uns fester Bestandteil unseres Leistungsversprechens. Die Durchführung solcher begleitenden Projekte ist bei uns enthalten, kostet keinen Cent extra, und jeder Auftraggeber kann diese Leistungen für sein Projekt einfordern.

Über die expertcloud

Die expertcloud.de GmbH ist als 100 % virtueller Dienstleister seit fast elf Jahren am Markt. Über 400 Experten arbeiten im Homeoffice und beweisen jeden Tag aufs Neue, dass sich Beruf und Familie, aber auch work@home und exzellente Qualität gut miteinander vereinbaren lassen. Das Team der expert-

cloud arbeitet für kleine, mittelständische und große Auftraggeber aus Wirtschaft, Industrie und Handel. Zu den (Branchen-) Schwerpunkten gehören E-Commerce, der stationäre Handel, Dienstleistungen, aber auch Unternehmen aus dem Verlagswesen.

www.expertcloud.de

INTRE: Ihr geht also in der Beratung auch in die Eigenleistung. Wie finanziert sich dieser Ansatz? **BEN:** Wir wollen dazu beitragen, dass unsere Auftraggeber mit der von uns erhaltenen Leistung und den geschaffenen Mehrwerten 110 % zufrieden sind. Niemand soll darüber nachdenken, wenn er unsere Rechnung in den Händen hält, ob die von uns fakturierten Leistungen auch berechtigt sind. Sind die Ziele im Projekt erreicht und unsere Auftraggeber zufrieden und erfolgreich, dann sollten wir somit auch zukünftig als Dienstleister gesetzt sein. **INTRE: Also eine Art Kundenbindung?** **BEN:** So kann man es auch sehen. Investieren wir beispielsweise 6.000 Euro an Ressourcen in ein solches Projekt, können den Auftraggeber aber auch dauerhaft halten, dann sind wir mit diesem Ansatz absolut wirtschaftlich. Der finanzielle Aufwand, neue Accounts zu gewinnen und zu implementieren, dürfte bei den meisten Dienstleistern deutlich höher sein.

INTRE: Klingt wirklich spannend. Gibt es abschließend noch etwas, das ihr loswerden wollt? **NINA:** Ich wünsche auf jeden Fall allen Lesern eine gute Zeit, bleiben Sie gesund! **BEN:** Dem kann ich mich nur anschließen. Ich würde mich auch sehr darüber freuen, wenn wir zu unserer Coverstory die eine oder andere Rückmeldung erhalten. Gerne digital per Whatsapp (+49 151 414 620 70), über andere Kanäle oder Plattformen oder gerne auch mal live und in Farbe vor Ort.

INTRE: Danke euch, machts gut!

AUTOR: -CRED.

