



Der Markt für Call Center-Leistungen in der Energiewirtschaft

- Status Quo bei Call Center-Leistungen
- Anforderungen und Service Level
- Produkt-/Dienstleistungsspektrum
- Preise / Kosten
- Strategien für FVU und CC-Dienstleister
- Trends, Chancen und Risiken

- Markt für Call Center-Leistungen:
 - nach Jahren (bis 2008)
 - nach Inbound / Outbound
 - nach Call-Aufkommen und Euro
- Status der Mitarbeiter:
 - Aus- und Weiterbildung, Fluktuation, ...

Call Center nehmen in der Abwicklung des eingehenden Kundenkontaktes heute eine zentrale Rolle ein. Die zukünftigen Bedingungen in der Energiewirtschaft (Unbundling, Regulierungsbehörde, Kostendruck, Wettbewerb) verändern die Anforderungen der Kunden an die Call Center – weg vom Massenkundengeschäft und hin zu Spezialisierung, Qualifizierung und Abwicklung kompletter Prozesse (auch jenseits der Call-Akzeptanz).

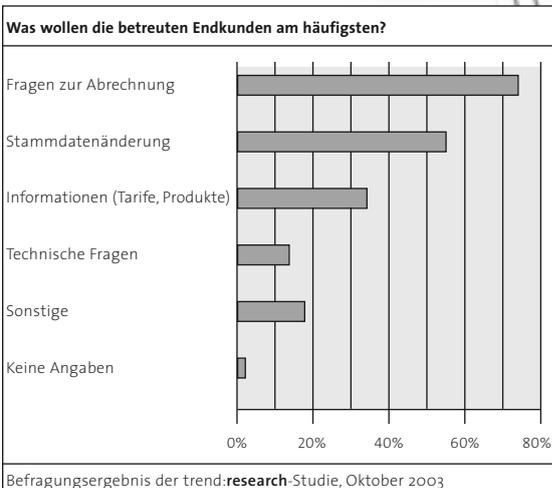
Gleichzeitig rückt der Outbound-Bereich in das Zentrum: neben Kundenbefragungen werden erste Erfahrungen in der Kundenrückgewinnung oder dem telefonischen Inkasso gemacht, der Bedarf steigt auch hier.

Die Studie zeigt den Status Quo und die zu erwartenden Veränderungen auf und bewertet diese anhand von nachvollziehbaren Marktzahlen und zeigt Marktpotenziale auf. Darüber hinaus liefert sie Handlungsoptionen in der Fremdvergabe von Call Center-Leistungen und bewertet diese. Sie kommt u.a. zu dem Schluss, dass nicht nur eine Migration vom Call Center zum Service Center sondern auch von der Telefonzentrale zum Prozessdienstleister zunehmend notwendig wird.

Die trend:research-Studie beleuchtet damit die wesentlichen Aspekte des Call Center-Marktes in der Energiewirtschaft und beantwortet u.a. folgende Fragen:

- Wie viel kosten Inbound und Outbound Call?
- Wie oft nehmen die Kunden telefonischen Kontakt zum Versorger auf?
- Wie groß ist der Markt für Call Center-Leistungen in der Energiewirtschaft?
- Welche Anforderungen werden an Call Center seitens der Versorger gestellt?
- Welcher Service Level wird zugrundegelegt, wie erfolgt sonst noch eine Leistungsmessung?
- Welche Bedeutung hat der telefonische Verkauf heute?
- Was wird heute und in Zukunft fremdvergeben?
- Wie sind die bisherigen Erfahrungen mit dem Outsourcing?
- Welche Strategien eignen sich, um die eigene Marktposition in der Branche zu festigen?
- Welche Bedeutung kommt den Mitarbeitern bei der Umsetzung zu?

www.trendresearch.de



Die Studie umfasst 550 Seiten und ist ab sofort verfügbar.

value through information.

ZIEL UND NUTZEN DER STUDIE

Die Studie gibt einen fundierten Einblick in den Markt für Call Center-Dienstleistungen bis 2008.

Zunächst beschreibt sie die Gegebenheiten in der Energiewirtschaft hinsichtlich des Call-Aufkommens (Inbound/Outbound), die Anforderungen der Energieversorger und Art und Umfang der bestehenden Fremdvergabe.

Im Zuge der Beschreibung von Call Center-Dienstleistungen werden die Potenziale einzelner Produkte im Hinblick auf eine Platzierung innerhalb der Energiewirtschaft beschrieben. Auf dieser Grundlage erfolgt eine Darstellung und Prognose des Marktes für Call Center-Leistungen in der Energiewirtschaft differenziert nach Inbound / Outbound, Call-Aufkommen und monetären Größen. Es werden dabei Bedarfsfaktoren ebenso aufgezeigt wie Markteintrittsbarrieren und Wettbewerber.

Darüber hinaus geht die Studie auf Strategieoptionen für Versorger und Call Center-Dienstleister ein und erlaubt so neben der Anforderungs-, Markt- und Wettbewerberschätzung auch die Überprüfung und Ableitung der eigenen Strategie, um sich zukünftig im Wettbewerb zu positionieren.

Strategien und Geschäftsprozesse

Potenzialstudie

DER MARKT FÜR CALL CENTER-LEISTUNGEN

Inhalt der Studie

1.	Management Summary	21
2.	Allgemeine Grundlagen	56
2.1	Einleitung	56
2.2	Methodik	61
2.3	Ziele und Nutzen der Studie	63
2.3.1	Energieversorger	63
2.3.2	Call Center	64
2.3.3	Andere	64
2.4	Inhalt und Vorgehensweise	66
2.5	Definitionen	70
2.5.1	Call Center	70
2.5.2	Datenverarbeitungssysteme	72
2.5.3	Communication Center	75
2.5.4	In-, Out- und Co-Sourcing	77
2.5.4.1	Outsourcing	77
2.5.4.2	Insourcing	79
2.5.4.3	Co-Sourcing	80
2.5.5	Customer Relationship Management	81
2.5.6	Inbound	84
2.5.7	Outbound	85
2.6	Rahmenbedingungen	88
2.6.1	Energiewirtschaft	88
2.6.1.1	Strommarkt	88
2.6.1.2	Gasmarkt	93
2.6.2	Call Center	96
2.6.3	Rechtliche Rahmenbedingungen: Datenschutz beim Outsourcing	99
3	Anforderungen	104
3.1	Einleitung, Ziele und Nutzen des Kapitels	104
3.2	Status Quo	105
3.2.1	Call Center-Organisationsstrukturen/ Organisatorische Grundmodelle	105
3.2.2	Call-Aufkommen	108
3.2.2.1	Call-Verteilung, Call-Schwankungen und Einflussfaktoren auf die Call-Verteilung im Inbound	108
3.2.2.2	Call-Verteilung Privatkunden und Geschäftskunden im Inbound	112
3.2.2.3	Aufgabenstellungen im Inbound	113
3.2.2.4	Call-Aufkommen im Outbound, Call-Verhältnis Inbound zu Outbound	115
3.2.2.5	Aufgabenstellungen im Outbound	116
3.2.2.6	Zielsetzungen	118
3.2.3	Fremdvergebene Leistungen	119
3.2.3.1	Art und Umfang	119
3.2.3.2	Argumentation	121
3.2.3.3	Zufriedenheiten mit Call Center- Dienstleistungen im Outsourcing	122
3.2.4	Schnittstellen zwischen Versorger und Call Center-Dienstleister	123
3.2.5	Bedeutung regionaler Nähe/ Call Center im Ausland	126
3.2.6	Call Center als EVU-Kernkompetenz?	127
3.3	Anforderungen der Endkunden von Versorgern an die Call Center	129
3.3.1	Status Quo	129
3.3.2	Erwartungen	133
3.4	Anforderungen der Versorger	135
3.4.1	Allgemeine Anforderungen	135
3.4.2	Qualitätsanforderungen	136
3.5	Schlussfolgerungen	141
3.5.1	Zusammenfassung: Lessons Learnt	141
3.5.2	Konsequenzen	143
4	Produkt- und Dienstleistungsspektrum	147
4.1	Beschreibung der Zusammenhänge und Abgrenzung des Betrachtungs- horizontes	147

Call Center und Customer Care, Kernkompetenz ...

METHODIK

trend.research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen wurden 60 strukturierte und qualifizierte Befragungen mit folgenden Zielgruppen geführt:

- Energieversorgungsunternehmen
- Call Center-Dienstleistern
- Sonstige Dienstleister und Berater

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet.

Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Projekten und Wettbewerb sowie Strategien im Call Center-Markt.

Darüber hinaus sind Ergebnisse aus anderen trend.research-Studien («Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen», «CRM in der Energiewirtschaft») und -Projekten (im Bereich Customer Care) Bestandteil der Erhebung. Insgesamt fließen damit die Ergebnisse von über 250 Interviews ein.



AN WEN SICH DIE STUDIE RICHTET

Die Potenzialstudie hilft EVU, Customer Care- und Call Center-Dienstleistern sowie Abrechnungsdienstleistern auf Ebene von Vorstand/Geschäftsführung, Customer Care-Leitungsebene, Leiter Vertrieb, Leiter Marketing, Leiter/Koordination Kundenservice sowie Unternehmens- und Konzernplanungen zukünftige Potenziale einzuschätzen, die Marktposition auf- bzw. auszubauen und geeignete Instrumente und Strategien zu entwickeln.

... oder Risikofaktor?

STUNGEN IN DER ENERGIEWIRTSCHAFT

4.2	Marketing-Prozesse	150	5.3.2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	282	7	Strategien	414
4.2.1	Inbound	151	5.3.2.2	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	284	7.1	Einleitung, Ziele und Nutzen des Kapitels	414
4.2.1.1	Beratungsservice	151	5.3.2.3	Entwicklung des Wettbewerbs in der Energiewirtschaft	285	7.2	Grundverständnis: Strategiebegriff	415
4.2.1.2	Responsebearbeitung	153	5.3.2.4	Entwicklung der Anforderungen der Auftraggeber an Call Center-Dienstleistungen und -dienstleister	287	7.3	Strategiefindung	417
4.2.2	Outbound	155	5.3.2.5	Entwicklung des Wettbewerbs im Call Center-Markt	289	7.4	Strategieoptionen der Versorger	419
4.2.2.1	Adressqualifizierung	155	5.3.3	Grundannahmen für Szenario 1	292	7.4.1	Full-Service-Outsourcing	419
4.2.2.2	Call Back-Funktion	159	5.3.4	Grundannahmen für Szenario 2	296	7.4.2	Teil-Sourcing	423
4.2.2.3	Marktforschung / Marktanalysen	162	5.3.5	Grundannahmen für Szenario 3	299	7.4.3	Ausgründung	428
4.2.2.4	Nachfassaktionen	166	5.4	Call Center-Markt in Deutschland	304	7.4.4	Aufbau und Betrieb eines internen Call Centers	432
4.2.2.5	Broadcasting-Services	169	5.5	Markt für Call Center-Leistungen in der Energiewirtschaft	308	7.4.5	Kooperationen/Partnerschaften	435
4.3	Vertriebsprozesse	172	5.5.1	Markttreiber	308	7.5	Strategieoptionen der Call Center	441
4.3.1	Inbound	172	5.5.2	Markteintrittsbarrieren	310	7.5.1	Massengeschäft	441
4.3.1.1	Produktauskunft	172	5.5.3	Marktvolumen für Call Center-Leistungen gesamt	311	7.5.2	Preisführerschaft	443
4.3.1.2	Auftragsannahme	174	5.5.3.1	Preis	311	7.5.3	Kostenführerschaft	446
4.3.1.3	CRM	175	5.5.3.2	Call-Aufkommen	312	7.5.4	Innovation/Know-how-Führerschaft	447
4.3.2	Outbound	182	5.5.3.3	Volumen des Gesamtmarktes	314	7.5.5	Diversifikation	450
4.3.2.1	Lead-Generierung u. Lead-Management	182	5.5.4	Marktvolumen im Outsourcing	317	7.5.6	Nische/Spezialisierung	452
4.3.2.2	Telefon-Sales u. Neukundengewinnung	186	5.5.5	Markt nach Dienstleistungen	319	7.5.7	Regionalität	455
4.3.2.3	Kündigerrückgewinnung	187	5.6	Exkurs: Call Center-Markt i. d. USA	326	7.5.8	Full-Service-Strategie	458
4.3.2.4	Kündigerprävention	190	6	Wettbewerb	329	7.5.9	Kooperationen/Partnerschaften	460
4.3.3	Übergreifende Prozesse	191	6.1	Wettbewerb i. d. Energiewirtschaft	330	7.5.10	Benchmarking	463
4.3.3.1	Einladung	191	6.1.1	Qualitative Wettbewerbsbeschreibung	330	7.6	Strategieempfehlungen	469
4.3.3.2	Terminvereinbarung	192	6.1.1.1	Wettbewerb im Strommarkt	330	7.6.1	Energieversorger	469
4.3.3.3	Kundenberatung und -information	193	6.1.1.2	Wettbewerb im Gasmarkt	333	7.6.2	Call Center-Dienstleister	472
4.4	Betreuungs-/Serviceprozesse	196	6.1.2	Quantitative Wettbewerbsbeschreibung	336	8	Trends, Chancen und Risiken	477
4.4.1	Helpdesk	196	6.2	Wettbewerb im Call Center-Markt	344	8.1	Trends	478
4.4.2	Hotline	197	6.2.1	Wettbewerbsbeschreibung Call Center allgemein	344	8.1.1	EVU-/Auftraggeber-trends im Call Center-Outsourcing	478
4.4.3	Telefonzentrale	197	6.2.1.1	Qualitativ	344	8.1.2	Call Center-Trends	481
4.4.4	Büro-Services	200	6.2.1.2	Quantitativ	347	8.1.3	Endkunden-Trends	488
4.4.5	Beschwerdemanagement	202	6.2.2	Wettbewerbsbeschreibung Call Center in der Energiewirtschaft	351	8.1.4	Markttrends	490
4.4.6	After-Sales-Service	203	6.2.3	Bekanntheit	357	8.1.5	Wettbewerbstrends Call Center	493
4.4.7	Kundenzufriedenheitsanalysen	204	6.2.4	Partnering im Call Center-Bereich	358	8.1.6	Strategietrends	495
4.4.8	Auftragsabwicklung	206	6.2.5	Weitere Schlussfolgerungen für Call Center-Dienstleister	360	8.1.7	Auslandstrends	497
4.5	Unterstützende Prozesse	208	6.3	Wettbewerbsprofile ausgewählter Call Center-Dienstleister	362	8.2	Chancen und Risiken	499
4.5.1	Abrechnung/Billing	208	6.3.1	adm GmbH	362	8.2.1	Energieversorger bei der Fremdvergabe von Call Center-Dienstleistungen	499
4.5.2	Bonitätsprüfung	216	6.3.2	buw Holding GmbH	367	8.2.2	Energieversorger bei einem externen Auftritt im Bereich Call Center (Marktgang)	504
4.5.3	Consulting	218	6.3.3	Call Center Mitteldeutschland GmbH	369	8.2.3	Call Center i. d. Energiewirtschaft	506
4.5.4	Creative Services	221	6.3.4	Centraplus GmbH & Co. KG	372	9	Ausblick	511
4.5.5	Cross-Selling	224	6.3.5	defacto call center GmbH	374	9.1	Einleitung	511
4.5.6	Database-Services	227	6.3.6	Drecount GmbH & Co. KG	377	9.2	Die langfristige Entwicklung in der Energiewirtschaft	512
4.5.7	Direktmarketing	230	6.3.7	d + s online AG	379	9.3	Call/Communication Center 2015	516
4.5.8	Dublettenabgleich	232	6.3.8	EnBW Kundenservice GmbH	382	9.4	Technologieentwicklung	519
4.5.9	Forderungsmanagement, Inkasso, Mahnwesen	233	6.3.9	Energie Service Center GmbH & Co. KG	384	10	Praxistipps	522
4.5.10	Lieferantenwechsel	236	6.3.10	Enseco GmbH	387	10.1	Einleitung, Ziele und Nutzen des Kapitels	522
4.5.11	Mehrsprachige Dienste	241	6.3.11	EWE TEL GmbH	389	10.2	Outsourcing-Überlegungen	523
4.5.12	Trainings/Schulungen	242	6.3.12	Fonetix Call Center GmbH & Co. KG	391	10.3	Benchmarking	525
4.5.13	Werbemittelproduktion	243	6.3.13	Getaline ComCenter-Network GmbH	393	10.4	Vorgehensweise bei der Suche geeigneter Partner/Dienstleister	531
4.5.14	Zählerablesungen	244	6.3.14	GHP Holding GmbH	396	10.4.1	Auswahlprozess	531
4.5.15	Weitere	247	6.3.15	Interact Tele Service AG	399	10.4.2	Ablauf der Partnersuche	535
4.6	Eingesetzte Medien	248	6.3.16	Invitel GmbH	401	10.4.3	Auswahlkriterien	536
4.7	Fazit	252	6.3.17	regiocom GmbH	404	10.4.4	Voraussetzungen auf Seiten des Auftraggebers	538
4.7.1	Potenziale zur Leistungserbringung durch Call Center	252	6.3.18	SNT Deutschland AG	406	10.5	Prozessablauf zum Aufbau eines Call Centers	540
4.7.2	Produktbundles	256	6.3.19	Walter Telemedien GmbH	408	10.6	Erfolgsfaktor Mensch	545
4.7.3	Bedeutung fachlicher und branchenbezogener Skills	259	6.3.20	Viafon GmbH	411	10.6.1	Berufsausbildung	545
4.8	Vom Call Center zum Communication Center zum Service Center	261				10.6.2	Schulung und Weiterqualifizierung	546
4.8.1	Ursachen für den Wandel	261				10.6.3	Entlohnung	547
4.8.2	Entwicklungspfade	263				10.6.4	Krankenstand	547
4.8.3	Schlussfolgerung	264				10.6.5	Fluktuation	548
4.9	Kosten/Preise im Überblick	266				10.7	Do's und Don'ts	549
5	Der Markt für Call Center-Leistungen	274						
5.1	Einleitung, Ziele und Nutzen des Kapitels	274						
5.2	Methodik	275						
5.3	Grundannahmen und Prämissen	278						
5.3.1	Grundannahmen für alle Szenarien	278						
5.3.2	Überblick über szenariospezifische Annahmen	282						

ANTWORT/BESTELLUNG

Zurück im Briefumschlag an:

trend:research GmbH
 Institut für Trend- und Marktforschung
 Parkstraße 123
 28209 Bremen

oder per

Fax an: 0421 . 43 73 0-11

- Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 06-0009) »Der Markt für Call Center-Leistungen in der Energiewirtschaft« zum Preis von EUR 2.900,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.
- Wir wünschen eine Präsentation der Studienergebnisse. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
STRASSE	
PLZ/ORT	
INTERNET	
TEL./FAX	
E-MAIL	
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.
	Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:
Datum	Unterschrift / Stempel
	06-10001

TREND:RESEARCH

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv erarbeitet, für einzelne oder mehrere Auftraggeber. Umfangreiche eigene (Primär-) Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten und dessen dosierter Transfer, aufbereitet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams – auch mit externen Experten – garantiert die ganzheitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen für und in sich stark wandelnden Märkten, z.B. in den liberalisierten Versorgung- und Telekommunikationsmärkten.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren EVUs und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.



KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »Der Markt für Call Center-Leistungen in der Energiewirtschaft« kostet 2.900,00 EUR (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu 300,00 EUR pro Kopie zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort verfügbar.



WEITERE STUDIEN

trend:research gibt weitere Studien heraus, z.B.:

- Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen in der Energiewirtschaft**, 06/03, ca. 500 S., EUR 3.300,00
- ÖPNV im Wettbewerb**, 09/03, 651 S., EUR 3.900,00
- Kraftwerke 2020 (mit VGB)**, 09/03, ca. 500 S., EUR 8.900,00
- Brennstoffzellen in der stationären Energieversorgung**, 2. Auflage, 06/03, 650 S., EUR 3.300,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 600 S., EUR 5.500,00
- Der Markt für Energiedienstleistungen**, 10/03, ca. 400 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für technische Dienstleistungen**, 10/03, ca. 400 S., EUR 4.400,00
- Zählerwesen: Unbundling, Marktpotenziale, Prozessoptimierung**, 12/03, ca. 400 S., EUR 3.500,00
- Mikroturbinen i. d. Praxis**, 04/03, 250 S., EUR 3.800,00
- IT-Outsourcing in der Energiewirtschaft**, 04/03, 438 S., EUR 2.900,00
- Mobile IT-Anwendungen in der Energiewirtschaft**, 02/03, 600 S., EUR 2.400,00
- Shared Services in der Energiewirtschaft**, 01/03, 430 S., EUR 2.400,00
- SAP - was nun?**, 01/03, ca. 350 S., EUR 2.900,00
- Stromhandel 2003**, 01/03, ca. 450 S., EUR 2.500,00
- Kundenbindung und Kundenrückgewinnung in der Energiewirtschaft, 2. Aufl.**, 11/02, 620 S., EUR 2.200,00
- Multi Utility 2002**, 08/02, 1134 S., EUR 3.200,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung