

Ein neues Zuhause für die Branche:



Tjalf Nienaber im Interview mit dem SCOUT über Sinn und Unsinn von Communities.

WEBACAD, ein Geschäftsbereich der Management Circle AG, launchte im Februar 2011 eine neue Community für alle, die im Bereich des Kundendialogs tätig sind – warum?

Nach einer der, laut Aussteller und Besucher, besten CallCenterWorld¹-Veranstaltungen forciert der Veranstalter weitere Aktivitäten rund um das Thema Callcenter – die CallCenter-Community. Ein Portal, welches auf den ersten Blick Parallelen zu XING² erkennen lässt.

SCOUT: Wer oder was ist WEBACAD?

Tjalf Nienaber: WEBACAD ist ein Geschäftsbereich der Management Circle AG. Wir beraten Firmenkunden bei der Konzeption ihrer E-Learning- und Online-Projekte und setzen diese um: unter anderem in Form von Webinaren – also im Internet durchgeführten „virtuellen“ Veranstaltungen. Unsere Kunden nutzen diese zum Beispiel für Schulungen, Vorträge oder Produktpräsentationen. WEBACAD kümmert sich dabei um die Technik, die Moderation sowie die Bewerbung des

Webinars und sucht bei Bedarf einen geeigneten Trainer aus. Neben den Webinaren bieten wir aber auch das „klassische“ E-Learning an – als sofort verfügbare Standard-Trainings zu



Management-Themen oder ganz individuell für den jeweiligen Firmenbedarf konzipiert.

SCOUT: Was war die Motivation dafür, die CallCenter-Community ins Leben zu rufen?

1: Die CallCenterWorld ist Europas größte internationale Kongressmesse für Call Center Management. Die Kongressmesse findet jährlich im Estrel Convention Center auf 8.000 m² mit ca. 150 Ausstellern in Berlin statt. Veranstalter der CallCenterWorld ist die Management Circle AG.
2: XING ist eines der bekanntesten B2B-Online-Plattformen zur Netzwerkpflge. (alter Name: openBC)

Tjalf Nienaber: Bereits seit 13 Jahren bringen wir die Entscheider im Kundendialog zusammen – auf der CallCenterWorld. Die rasante Entwicklung vom überschaubaren Branchentreff zu Europas Leitveranstaltung zeigt deutlich, dass ein hoher Bedarf an Informationsaustausch da ist. Unsere Motivation zur Gründung der CallCenterCommunity war und unser Ziel ist es, zur weiteren Vernetzung und Kommunikation innerhalb der Branche beizutragen und so ein weiteres „Zuhause“ für alle Beteiligten zu schaffen – virtuell und rund um die Uhr. Damit tragen wir auch der steigenden Relevanz von Social Media im Allgemeinen und von Online-Communities im Speziellen Rechnung: Mit der CallCenterCommunity schließen wir die Lücke zwischen der Social-Network- und der Callcenter-Landschaft.

„XING SICHERT KEINEN NACHHALTIGEN AUSTAUSCH“

SCOUT: Deckt XING nicht alle Bedürfnisse ab? Warum also noch eine Community?

Tjalf Nienaber: Wichtig ist doch, dass man als Nutzer von Communities nicht mit vielen, sondern mit den richtigen Kontakten vernetzt ist. Das ist bei unserer branchenspezifischen Plattform der Fall, denn nur hier drehen sich die Themen wirklich rein um das Tätigkeits- und Interessensgebiet des Users. Anders ausgedrückt: Nur wo CallCenterCommunity drauf steht, ist auch CallCenterCommunity drin. Zudem sind hier die wichtigsten Funktionen kostenfrei. Bei XING ist es schon oft ein „Showstopper“, wenn man beispielsweise die Nachrichtenfunktion nicht vollumfänglich nutzen kann. Und nicht zuletzt – bei allem Respekt vor der unternehmerischen Leistung – sichert XING keinen nachhaltigen Austausch. Bei der CallCenterCommunity geht es nicht allein um die Erweiterung des eigenen Netzwerkes und das Knüpfen neuer Kontakte, sondern auch und vor allem um soliden Wissenstransfer.

„MIT DER CALLCENTERCOMMUNITY SCHLIESSEN WIR DIE LÜCKE ZWISCHEN DER SOCIAL-NETWORK- UND DER CALLCENTER-LANDSCHAFT“

SCOUT: Welche besonderen Funktionen bietet Ihre Plattform im Gegensatz zur hochfrequentierten XING-Welt?

Tjalf Nienaber: Die CallCenterCommunity macht möglich, was gar nicht so selbstverständlich ist: den direkten Datenaustausch. Das problemlose, thematisch strukturierte hoch- und runterladen von Dateien, Fotos und Videos gibt den Mitgliedern die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren und voneinander zu profitieren. Darüber hinaus sind die auf der CallCenterCommunity angelegten Unternehmensprofile „aktiv“ – das bedeutet, sie können zum Bloggen, Posten, Kontakte Einladen oder zur Gründung einer Gruppe eingesetzt werden. Das ist bei XING nicht der Fall. Auch unternehmenseigene RSS-Feeds³ oder der twitter-Account können eingebunden werden. Daneben stehen den Mitgliedern ein Blog und eine News-Seite mit stets aktuellen Branchenmeldungen zur Verfügung. Auf dem Marktplatz können ▶▶

3: RSS (Really Simple Syndication) ist eine kontinuierlich weiterentwickelte Familie von Formaten für die einfache und strukturierte Veröffentlichung von Änderungen auf Websites. RSS-Feed (englisch to feed – im Sinne von füttern, einspeisen, zuführen). Wenn ein Benutzer einen RSS-Channel abonniert hat, so sucht der Client in regelmäßigen Abständen beim Server nach Aktualisierungen im RSS-Feed.



Transparente und messbare Optimierungen von Internetseiten für B2B Unternehmen

Freecall:

0800-7425257

Regionales Internetmarketing
Marketing für Call Center:

sixclicks.de/branchen/callcenter

Angebote und Dienstleistungen in der Zielgruppe platziert werden. Ein Umfrage-Tool ermöglicht es, Meinungen einzuholen. Und auch das ist noch nicht alles. Am besten einfach mal auf Entdeckungsreise gehen...

SCOUT: Management Circle hat seine Kernkompetenzen sicher weit gefächert, aber zählt das Thema Callcenter wirklich zu den Steckenpferden der AG?

Tjalf Nienaber: Ein klares Ja. Durch die langjährige und enge Zusammenarbeit mit den Experten, Praktikern und Verbänden der Branche bei der CallCenterWorld und beim Weiterbildungsangebot unserer CallCenterWorld-Akademie haben wir das Ohr direkt am Markt. Wir nehmen die Stimmen unserer Teilnehmer ernst, sprechen mit unseren Fachberatern, Kooperationspartnern und Referenten, greifen brandaktuelle Trends direkt auf und können so für Praxisnähe und höchste Qualität sorgen.

SCOUT: Welches Business-Modell verfolgen Sie mit der Community? Geht es hier um Geldverdienen?

Tjalf Nienaber: Unser Geld verdienen wir mit Seminaren und Kongressen. Mit der Community wollen wir wissen, worüber die Branche spricht. Mit der Community wollen wir auch Themen initiieren. Aber am Ende des Tages halten wir uns hier zurück. Es ist eine Plattform für die Callcenter-Branche und wir stellen die „Spielweise“ zur Verfügung.

SCOUT: Sind derartige Communities nicht eher etwas für Callcenter-Agenten und Teamleiter, oder glauben Sie, dass sich künftig Entscheider auf der Plattform tummeln werden?

Tjalf Nienaber: Die Agenten von heute sind die Entscheider von morgen. Und der Teamleiter ist bereits Entscheidungssträger. Aber den Beweis, dass vermehrt Führungskräfte in Communities aktiv sind, haben ohnehin bereits anerkannte Plattformen wie XING, LinkedIN oder network angetreten. Unsere Erfahrungen zeigen allerdings auch, dass sich die Entscheider zunehmend auf zielgruppengerechten Plattformen wiederfinden. Unter anderem deswegen, weil sie hier nicht permanent mit branchenfremden Kontaktanfragen bombardiert werden. Communities, die einzelne Branchen bedienen, geben Insidern die besten Chancen auf effiziente Vernetzung.

SCOUT: Wie viele User sind derzeit auf der Plattform aktiv und wie viele planen Sie bis Ende des Jahres angeworben zu haben?

Tjalf Nienaber: Aktuell sind es knapp 300. Wir sind zuversichtlich, dass wir bis Ende des Jahres im vierstelligen Bereich sein werden. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis wir die größte

Callcenter-Community Europas aufgebaut haben. Und wir haben Zeit...

SCOUT: Wie viele Personen kümmern sich von Ihrer Seite ausschließlich um diese Plattform?

Tjalf Nienaber: Wir haben hierfür einen Community Manager eingestellt, der künftig auch noch weitere von uns geplante Communities betreuen wird.

SCOUT: Ist die Community ausschließlich als virtuelle Plattform zu verstehen, oder werden Sie die User von der virtuellen Welt auch in die reale einladen?

Tjalf Nienaber: Das ist die Kernidee. Wir haben sehr gut besuchte real stattfindende Veranstaltungen und wollen diese über die Communities virtuell verlängern. Durch Austausch und Information.

» ES IST NUR EINE FRAGE DER ZEIT, BIS WIR DIE GRÖSSTE CALLCENTER-COMMUNITY EUROPAS AUFGEBAUT HABEN. UND WIR HABEN ZEIT... «

SCOUT: Wie schaffen Sie eine Schnittstelle zwischen Callcenter-Branchemitgliedern und jenen, die Callcenter als externe Dienstleister beauftragen? Oder wird diese Klientel aus Ihrer Community ausgeschlossen?

Tjalf Nienaber: Ganz im Gegenteil. Der eine kann doch gar nicht ohne den anderen. Wir wünschen uns natürlich den Fokus auf dem praktischen Austausch, aber wir lassen das die Community machen.

SCOUT: Wird man in der CallCenterCommunity ausschließlich über Branchentreffen des Management Circle informiert, oder finden auf Ihrem Portal auch Initiatoren anderer Veranstaltungen Raum für Infotainment?

Tjalf Nienaber: Die CallCenterCommunity ist eine offene Plattform, und wir freuen uns über jeden, der sie nutzt. Spammer, ob Mitbewerber oder nicht, haben aber auch hier nichts verloren.

SCOUT: Inwiefern werden Sie von Callcenter-Verbänden unterstützt?

Tjalf Nienaber Die Verbände, mit denen wir gesprochen haben, finden die Idee hervorragend. Aus Zeitgründen haben wir aber noch keine tiefer gehenden Kooperationen ausgearbeitet. Hier wird sich in den kommenden Wochen sicherlich noch Eignes tun. ■



Tjalf Nienaber

Bereichsleiter WEBACAD –
ein Geschäftsbereich der Management Circle AG
Hauptstraße 129
65760 Eschborn



HIER BEWERBEN SICH
DEUTSCHLANDS
KLÜGSTE KÖPFE

ANMELDUNG FÜR 2012 BIS ZUM
30.09.2011

Anmeldung unter info@faktenkontor.de
oder telefonisch unter 040/253185-102

2012

**BESTE
ARBEITGEBER**

2012 *Hamburgs*
BESTE
ARBEITGEBER

WWW.HAMBURGSBESTEARBEITGEBER.DE

2012 *Münchens*
BESTE
ARBEITGEBER

WWW.MUENCHENSBESTEARBEITGEBER.DE

2012 *Berlins*
BESTE
ARBEITGEBER

WWW.BERLINSBESTEARBEITGEBER.DE

2012 *Rhein-Main*
BESTE
ARBEITGEBER

WWW.BESTEARBEITGEBERRHEINMAIN.DE

WETTBEWERB