



Seminar zur Installation eines Helpdesks

Herzlich willkommen!



Übersicht

1. Einleitung
2. Kundenhandling
3. Konzept
4. Infrastruktur
5. Ihre Mitarbeiter
6. Die Kosten
7. Fragen und Feedback



1. Einleitung

1.1 Zielsetzung:

Primär soll mit einem Helpdesk Kundenzufriedenheit erreicht werden. Jeder weiß um die Vorteile eines zufriedenen Kunden z. B. als kostenlosen Werbeträger.

Außerdem kann ein „guter“ Kunde auch der Produktoptimierung dienen. Anregungen und Erfahrungen des Kunden können Sie mit in Ihre eigenen Produkte einfließen lassen.

Mit der Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Produktoptimierung können Sie Ihre Position im Markt festigen und ausbauen.

Ihr Helpdesk wird Ihnen bei dem Erreichen Ihrer Ziele sehr gute Dienste leisten und Ihnen Informationen liefern, die Sie sonst nur sehr schwer erhalten hätten.



2. Kundenhandling

Ein Ziel haben Sie ja bereits. Doch, wie erreichen Sie Ihr Ziel? Alles hört sich relativ einfach an, nur, worauf ist dabei zu achten? Wie gehen Sie mit Ihren Kunden um? Wie sprechen Sie mit ihm? Was lernen Sie eventuell auch von Ihrem Kunden?

Hier erfahren Sie also etwas darüber, wie Sie Ihr Ziel erlangen, wie Sie etwas über Ihre Kunden erfahren und wie Sie sie erreichen und mit ihnen kommunizieren können. Über Dinge, die Sie im Helpdesk wissen müssen und wie Sie damit umgehen.



2.1 Der Weg zu Ihren Zielen führt über Ihre Kunden

Grundsätzlich muss beachtet werden, dass der Kunde immer Recht hat, auch wenn er nicht Recht zu haben scheint. Ein Widerspruch? Vielleicht. Hier kommt es aber auf andere Dinge an. Ihren Kunden muss vermittelt werden, dass sie ernst genommen, dass ihre Anliegen verstanden werden, dass Sie auf ihre Kunden eingehen.

Auch müssen Sie wissen, was der Kunde überhaupt will. Hat Ihr Kunde Ärger mit Ihrem Produkt oder mit Zubehör? Hier sollten Sie dann fragen, um zum Grund seines Anrufes vorzudringen. Auch wenn es nicht Ihr Fachbereich ist, dürfen Sie ihn nicht einfach abwimmeln. Vielmehr nehmen Sie seine Belange auf und leiten sie an die richtige Stelle weiter. Ein aktives Beschwerdemanagement wird Ihnen Ihr Ziel ein sehr großer Stück näher bringen.



2.2 Was wissen Sie von Ihrem Kunden?

Müssen Sie etwas über Ihren Kunden wissen? Wenn ja, was? Wer ist Ihr Kunde eigentlich? Sprechen Sie Ihren Kunden mit seinem Namen an. Was will er? Was wollen Sie? Wollen Sie das selbe? Welche gemeinsamen Ziele haben Sie? Was müssen Sie über Ihren Kunden wissen? Name, Produkt, Probleme und eingesetzte Geräte. Sie schaffen eine grundsätzlich Basis zu Ihrem Kunden.

Wie versiert ist Ihr Kunde? Versteht er Ihre Erklärungen? Reden Sie die gleiche Sprache? Als Sender von Botschaften müssen Sie sehen, dass Sie den Empfänger auch erreichen. Dies bedeutet, dass Sie sich auf Ihren Kunden einstellen müssen, eventuell nach Analogien suchen müssen, damit Ihr Kunde auch versteht, was Sie ihm mitteilen wollen. Bei dem Umgang mit Ihren Kunden empfehlen sich auch immer Kommunikationstrainings, die speziell auf die Kommunikation zwischen Ihnen und Ihren Kunden abgestimmt sind. Im Gespräch sollten Sie herausbekommen, welchen Wissenstand Ihr Kunde besitzt. Ist er technisch fit? Begreift er einfache und komplexe technische Zusammenhänge?



2.3 Was bedeutet Ihnen Ihr Kunde?

Grundsätzlich bezahlt Ihr Kunde Ihr Gehalt und hält Ihre Firma am Leben, weil er Ihre Produkte kauft. Das ist wichtig. Dem entsprechend gehen Sie auch auf ihn ein. Ihr Kunde ist kein Bittsteller. Dies wäre ein großer Fehler und könnte Ihren Kunden verprellen. Bitte nehmen Sie ihn und sein Anliegen sehr ernst und verprellen Sie ihn nicht durch einen unprofessionellen Service. Es lohnt sich.

Ihr Kunde steht draußen vor der Tür im Regen. Sie holen ihn herein. Wenn Sie dieses nicht vermögen, bieten Sie ihm zumindest einen Regenschirm an, denn Sie dürfen ihn nicht alleine im Regen stehen lassen. Werden Sie der Rolle, die Ihr Kunde für Sie spielt, gerecht und akzeptieren ihn als gleichberechtigten Partner.



2.4 Was ist Customer Satisfaction?

Ist Kundenzufriedenheit nur ein Schlagwort? Ein Slogan? Zumindest ist ein zufriedener Kunde auch ein kostenloser Werbeträger. Er wird seine Zufriedenheit weitertragen, genauso, wie er seine Unzufriedenheit weitertragen wird. Nur, eines gilt immer zu beachten: Negatives bleibt haften, prägt sich fest ins Gedächtnis ein. So kann im Gegenzug dazu ein negatives Image über Jahre Bestand haben, obwohl es sich bereits zum Positiven gewandelt hat.



2.5 Wie Sie ein positives Gefühl bei Ihrem Kunden erreichen.

Sie identifizieren sich mit Ihrem Kunden, hören ihm zu, versuchen, ihn zu verstehen, gehen auf ihn ein und nehmen ihn und sein Bedürfnis ernst. Argumentieren sachlich, aber bestimmt und räumen so Zweifel und Zweideutigkeiten aus. Und wenn Sie dann auch noch auf die Fragen Ihres Kunden eingehen, haben Sie dieses Ziel erreicht. Hier hilft Ihnen auch ein Kommunikationstraining weiter, damit Sie sicher und bestimmt auf Ihren Kunden eingehen können.

2.6 Wie identifizieren Sie sich mit Ihrem Kunden?

Sprechen Sie Ihren Kunden immer mit seinem Namen an. Somit bauen Sie eine distanzierte Beziehung auf einer persönlichen Ebene auf. Sie versetzen sich in seine Lage. Sie versuchen die Problematik mit seinen Augen zu sehen.

Und Sie kommunizieren so mit Ihrem Kunden von Person zu Person, nicht von Fragesteller zu Firma. Dieses signalisiert dem Kunden, dass er willkommen und nicht ein störender Faktor ist. Sie hören Ihrem Kunden zu, erfassen sachlich seine Fragestellung, vollziehen im Geiste seine Fragen nach.

In Rede und Gegenrede verdeutlichen Sie sein Anliegen. Hierbei können Sie gerne auch grammatikalische Mittel, wie z. B. die Wiederaufnahme, einsetzen. Sie wiederholen also kurz die Kernpunkte seines Anliegens in Ihrer Antwort. Hiermit minimieren Sie auch Zweideutigkeiten und signalisieren Ihrem Kunden ganz klar, dass Sie genau wissen, was er von Ihnen (Ihrer Firma) will.

Wenn Sie diese Brücke geschlagen haben, können Sie Ihrem Kunden auch für ihn schlechte Nachrichten übermitteln. Er wird davon zwar nicht begeistert sein, aber dennoch wird er Ihre Lösung eher akzeptieren. Er wird Ihr Bemühen dahin gehend honorieren, dass er auch bei einer negativen Antwort ruhig und sachlich bleibt.



2.7 Mayday – Ihr Kunde ist sauer. Was müssen Sie tun?

Von welchem Produkt reden wir? Was ist die Ursache des Ärgers? Liegt es tatsächlich am Produkt? Gut, zuerst lassen Sie Ihren Kunden reden, damit er erst einmal seinen Ärger ablassen kann. Ihnen muss klar sein, dass er nicht Sie persönlich meint, sondern dass Sie nur der erste sind, dem er seinen Ärger mitteilen, an dem er seinen Frust ablassen kann. Sie vermeiden es, Ihren Kunden zu provozieren. In Kommunikationstrainings lernen Sie, wie Sie selbst aussichtslos erscheinende Situationen meistern und zu Gunsten Ihres Unternehmens wenden können.



3. Konzept

Beim eigentlichen Konzept geht es um die Aufgaben in Ihrem Helpdesk. So z. B. um eine Presales- und Aftersales-Beratung und ggf. auch um die Kontrolle und Analyse der Anfragen für Ihre oder andere Abteilungen in Ihrem Unternehmen.

Dazu gehören Anfragen zu Ihren Produkten und zu Ihrem Service-Konzept genauso wie ein Konfliktmanagement und ggf. die Auswertung der Kundenanfragen.



3.1 Die Aufgaben Ihres Helpdeskes

Ihr Helpdesk hat im Presales-Bereich Ihre Kunden über neue Produkte, über Fachhändler, Kompatibilitäten und über Ihren Service zu informieren, wenn dieses erfragt wird.

Als zweite Hauptaufgabe kommt die After-Sales-Beratung hinzu. Hier gibt es mehrere Schwerpunkte, wie z. B. Fragen zur Bedienung, zur Technik und zu Ihrem Service-Konzept.

Ganz wichtig ist der 3. Abschnitt. Hier geht es um ein Beschwerdemanagement, und Sie erfahren Dinge, wie Sie Kundenbeschwerden für sich und Ihr Unternehmen einsetzen können und dabei präventiv aktiv werden können, damit mögliche Schwachpunkte gar nicht erst eskalieren.

Als viertes muss Ihr Helpdesk auch noch Kontrollfunktionen wahrnehmen. Mit dem Controlling erhalten Sie schließlich ein Mittel an die Hand, das Sie in allen Abteilung Ihres Betriebes einsetzen können, weil Sie auf alle Anfragen und Anregungen Ihrer Kunden zeitnah reagieren können.

Und im letzten Abschnitt sprechen wir noch über Ihren Beitrag im Internet. FAQ (Frequently ask questions; Fragen und Antworten) helfen Ihren Kunden bei der Fehleranalyse ohne Sie anrufen zu müssen. Bei Bedarf können Sie hier auch Gerätetreiber für Ihre Geräte zum Download bereit stellen.



3.2 Presales Beratung

Sie geben Ihrem Kunden benötigte Informationen über Ihre Produkte, informieren ihn über die technischen Highlights, teilen ihm Preise und Fachhändler mit. Sollte sich eventuell ein Projekt abzeichnen, stellen Sie die Verbindung zu einem Keyaccountmanager her. Auf Verlangen übersenden Sie auch Prospektmaterial an Ihre Kunden.



3.3 After Sales Beratung

Im Gespräch mit Ihrem Kunden analysieren Sie die Art des Problems: Ist es ein Bedienfehler, liegt ein technischer Fehler am Gerät vor, gibt es Fragen zum Service, zu Ersatzteilen oder will sich Ihr Kunde über Mitarbeiter oder über einen Fachhändler beschweren.



3.3.1 Bedienfehler

Ist es ein Bedienfehler, sind Sie oft in der Lage, diesen zusammen mit dem Kunden zu beheben. An der Schilderung Ihres Kunden erkennen Sie, wo der Kunde einen Fehler produziert hat und erklären ihm dann die Lösung. Sollte es ein gänzlich neuer Fehler sein, für den es so noch keine Lösung gibt, reproduzieren Sie diesen Fehler im Helpdesk und erarbeiten so eine Lösung für Ihren Kunden.



3.3.2 Technische Fehler und Service-Konzept

Bei einem technischen Problem bringen Sie Ihrem Kunden Ihr Servicekonzept nahe. Wenn ein Fremdverschulden vorliegen sollte, weisen Sie Ihren Kunden darauf hin, dass eventuell Kosten für ihn entstehen. Je nach Art Ihres Reparaturservices veranlassen Sie eine Abholung des defekten Gerätes oder nennen ihrem Kunden Anlaufadressen, wo er sein Gerät abgeben oder reparieren lassen kann.

Wenn es sich Ihrer Analyse nach um einen technischen Fehler handeln sollte, erklären Sie Ihrem Kunden das Reparaturkonzept Ihrer Firma. Eine Reparatur kann über autorisierte Fachhändler, über Service-Center oder direkt durch Ihre Firma erfolgen.



3.4 Beschwerdemanagement

Was bedeutet das: Beschwerdemanagement? Worüber beschwerten sich Ihre Kunden? Wie gehen Sie mit Beschwerden Ihrer Kunden um? Mit einem aktiven Beschwerdemanagement sind Sie näher am Kunden und können rechtzeitiger auf mögliche Schwachstellen reagieren. Sie wirken einer möglichen Unzufriedenheit bei Ihren Kunden rechtzeitig entgegen. Dies ist wiederum positiv für das Image Ihrer Firma aus und festigt auch Ihr Ansehen im Markt, weil Sie wesentlich flexibler sind.



3.5 Controlling

Anfangs hatten wir über definierte Ziele gesprochen. Hier haben Sie nun das Mittel, um zu kontrollieren, ob diese Ziele auch erreicht werden. Wenn Sie z. B. für Ihren Service Reparaturziele definiert haben, dann muss hier auch ständig kontrolliert werden, dass diese Ziele auch immer eingehalten werden.

Zum Controlling kann aber auch gehören, dass über eine statistische Auswertung, Anrufervolumen, Themen der Anrufe und Durchlaufzeiten bei der Beantwortung von schriftlichen Anfragen ausgewertet werden können. An Hand dieser Daten planen Sie z. B. die Anzahl Ihrer Mitarbeiter, Erreichbarkeit und den Ausbau Ihres Helpdesks.

Wenn Sie im Internet präsent sind, kontrollieren und ergänzen Sie auch ständig die FAQs und Treiber auf der Ihrer Seite.

Beim Controlling können Sie sämtliche Statistiken fahren, die verlangt werden. Neben den Durchlaufzeiten können so auch auftretende Fehler erfasst werden und Sie können ggf. auch rechtzeitig auf Serienfehler reagieren. Sie sind ganz nah am Kunden und wissen so immer aus erster Hand, wie es um die Qualität Ihrer Produkte bestellt ist.

Auch können Sie auswerten, wann Ihre Kunden Sie erreichen wollen, wann die Spitzenzeiten sind, wann kaum jemand anruft, und ganz wichtig, wie viele Kunden Sie täglich anrufen. Zu einer beliebten Statistik, die da heißt: Offered Calls (angebotene Anrufe), answered Calls (beantwortete Anrufe) und lost Calls (verlorene Anrufe) komme ich später noch.



3.6 FAQ und Treiber-Support

Sollte es auf Ihrer Homepage einen FAQ- oder einen Treiber-Bereich geben, so wird dieser auch von Ihrem Helpdesk gepflegt und gewartet.

Im Helpdesk kümmern Sie sich um FAQ, um ggf. auch die Zahl der Anrufer zu verringern. Sollte es für Ihr Unternehmen relevant sein, so müssten auch immer die aktuellsten Treiber zum Download bereit stehen. Internet-Links zu Herstellern von Komponenten, Zubehör oder integrierten Bauteilen empfehlen sich ebenfalls. Bei Bedarf stellen Sie Ihrem Kunden auch Bedienungsanleitungen und Service-Manuals zum Download zur Verfügung.



4. Infrastruktur

Zu der Infrastruktur Ihres Helpdesks gehört der Arbeitsraum, die von Ihnen eingesetzten Arbeitsmittel, wie PCs, Software und Telefon.

Hier erfahren Sie etwas über die Räumlichkeiten, über die von Ihnen eingesetzte Technik und über Ihre elektronischen Hilfsmittel.



4.1 Der Arbeitsraum

Der Arbeitsraum sollte hell und freundlich eingerichtet sein, und arbeitsmedizinische Erkenntnisse sollten in die Gestaltung des Arbeitsraums und die dort installierten Geräte mit einfließen, wie z. B. schallschluckende Maßnahmen. Genauso wichtig ist auch blendfreies Arbeiten, und je nach Umfang Ihres Helpdesks sollten auch Arbeitsflächen und / oder ein Testraum zur Verfügung stehen.

Bei dem Raum für Ihren Helpdesk müssen Sie auf eine ausreichende Größe achten. Die Art, Größe und Ausstattung des Raumes trägt auch viel zum Wohlbefinden Ihrer Mitarbeiter bei, und beeinflusst dadurch auch sehr die Qualität der geleisteten Arbeit. Blumen dienen nicht nur als schallschluckende Maßnahme, sondern sie können auch die Atmosphäre eines Raumes positiv beeinflussen.

Trennwände dämmen den Schall zwar wesentlich besser, ich halte sie aber für ungeeignet, da sie den Kontakt Ihrer Mitarbeiter untereinander hemmen, den Informationsaustausch Ihrer Mitarbeiter behindern und den Eindruck eines eher anonymen Callcenters entstehen lassen. Es könnte geprüft werden, ob eventuell halbhohe Trennwände vertretbar wären. Auch hier lockern Blumen nicht nur die Atmosphäre auf, sie minimieren auch noch die Schallentwicklung.



4.2 Die von Ihnen eingesetzte Technik und Arbeitsmittel

Zu den Arbeitsmitteln gehört der PC, nebst Monitor, Drucker und ggf. auch Internetzugang. Das wichtigste Arbeitsmittel wird wohl das Telefon sein. Hier informiere ich Sie auch kurz über Schreibtische und Sitzmöbel. Als Arbeitsmittel käme zudem sicherlich auch noch eine geeignete Datenbank und ein eMail-System hinzu. Faxgeräte gehören heute ebenfalls zu den Standardarbeitsmitteln.

Hier erfahren Sie jetzt etwas über die eingesetzten Arbeitsmittel, die Sie installieren können, um Ihren Mitarbeitern die Arbeit zu erleichtern, um Auswertungen über Kontakte zu generieren und somit auch zur Verbesserung der Qualität Ihres Helpdesks beizutragen.



4.2.1 Rund um den PC

Dass der PC dem heutigen Stand der Technik entsprechen sollte, dürfte hier schon jedem bewusst sein, aber dennoch werden Sie etwas über PC, Monitor und Drucker hören. Auch werde ich mit kurzen Worten die Datensicherung erläutern.



4.2.2 Das Telefon

Zuerst sollten die zu erwartenden Anrufe berücksichtigt werden, damit ggf. Telefongruppen eingerichtet werden können. Die Telefonleitungen müssten so geschaltet werden, dass eine problemlose Auswertung der Anrufe möglich ist. Es sollte auch geprüft werden, ob eine ACD (Automatic Call Distribution; Untertelefonanlage) installiert wird, sollte die Haustelesonanlage keine Gruppen und / oder keine Auswertung ermöglichen.

Bei 01805-Nummern ist eine detaillierte Auswertung gegeben. Auch wird empfohlen mit Headsets zu arbeiten. Dies minimiert die Geräusentwicklung; außerdem werden störende Nebengeräusche durch die Kopfhörer abgebaut. Auch sollte Ihr Helpdesk während der Geschäftszeiten immer erreichbar sein, wobei dann ein Anrufbeantworter zu installieren wäre.

4.2.3 Die eingesetzte Software

Die Software ist zum Einen das von Ihnen eingesetzte Officepaket, dann käme noch eine Datenbank für Ihre Kundendaten und schließlich auch noch ein eMail-Programm hinzu.

Je nach Art der betreuten Produkte muss auch ein Internetzugang installiert werden, damit bei Bedarf recherchiert werden kann.

In der heutigen Zeit müssen Sie auch per Mail erreichbar sein. Hierzu empfiehlt es sich, dass das Mailprogramm eine Archivierung aller Mails ermöglicht; dieses kann dann auch als Basis für eine Wissensdatenbank eingesetzt werden. In dem Mailsystem werden dann für die Mitarbeiter des Helpdesk einzelne Postfächer eingerichtet.

Der Einsatz des Officepaketes muss nicht im vollen Umfang geschehen. Da hier ja immer entsprechende Lizenzgebühren anfallen, kann es schon ausreichen, je nach Aufgaben in Ihrem Helpdesk, wenn Sie ein Textmodul und vielleicht auch eine Tabellenkalkulation für Statistiken installieren.

Für die Erfassung von Kundendaten (Name, Produkt, Frage, Tel.-Nummer etc.) muss eine schnelle, einfache Datenbank, die bei Bedarf auch schnell angepasst werden kann, installiert werden. Die von Ihnen eingesetzte Datenbank sollte auch eine Datenimport- und –exportfunktion haben, damit Sie relevante Daten einfach und schnell extrahieren und weiterleiten können.



5. Ihre Mitarbeiter

Wie sehen nun Ihre Mitarbeiter aus? Wer kommt für Sie als Mitarbeiter in Frage? Was müssen Ihre Mitarbeiter an Erfahrungen mitbringen? Darum kümmern wir uns jetzt. Generell kann aber schon hier in der Einleitung zu diesem Punkt gesagt werden, dass die Qualität Ihres Helpdeskes um so besser wird, desto qualifizierter Ihre Mitarbeiter sind; also: Je besser die Schulung Ihrer Mitarbeiter, desto besser wird auch das Handling mit Ihren Kunden werden.

Wie ich in den Wald hineinrufe, so schallt es heraus – Je besser der Input, desto besser wird auch der Output sein. Also sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter stets auf dem neusten Stand der Entwicklung Ihrer Produkte und Ihrer Preise sind. Und Sie tragen Sorge dafür, dass Ihre Mitarbeiter technische Schulungen an den von ihnen zu supportenden Produkten erhalten. Manchmal kann es für Ihren Helpdesk auch sehr nützlich sein, wenn Ihre Mitarbeiter über neue Strategien des Marketings informiert und geschult werden.



5.1 Grundsätzliches für Ihre Mitarbeiter

Zuerst müssen Ihre Mitarbeiter über Ihre Firma, deren Philosophie und besonders über die zu betreuenden Produkte geschult werden. Die einzusetzenden Mitarbeiter sollten bereits elementare Grundkenntnisse über die Techniken Ihrer Produkte haben.



5.2 Schulungen und Trainings

Kommunikationstrainings sollten unbedingt mit zu den Schulungsmaßnahmen für Ihre Mitarbeiter gehören, denn mit einer guten Kommunikation und Gesprächsführung trägt Ihr Mitarbeiter zu einer Deeskalation bei, schafft ein gutes Gefühl beim Kunden und bringt ihm auch für ihn unangenehme Sachverhalte und Entscheidungen nahe.



5.3 Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen

Es ist wichtig, dass Ihre Mitarbeiter auch sehr eng mit dem Vertrieb, dem Orderprocessing (Auftragsabwicklung), dem Service und ggf. auch mit noch anderen Abteilungen Ihrer Firma zusammenarbeiten. Der Informationsaustausch zwischen allen relevanten Bereichen ist eine Grundlage und sehr wichtige Voraussetzung für eine effektive Arbeit Ihres Helpdesks.



5.4 Weiterbildung ihrer Mitarbeiter

Sie halten Ihre Mitarbeiter ständig über alle neuen Produkte, technische Probleme und Besonderheiten auf dem Laufenden. Ggf. lassen Sie Ihre Mitarbeiter an technischen Seminaren teilnehmen. Sollte es erforderlich sein, bieten Sie ihnen auch Schulungen zu Themen des Marketings und Vertriebs an.



5.5 Schulungsräume für Ihre Mitarbeiter

Zur Schulung Ihrer Mitarbeiter werden geeignete Räumlichkeiten benötigt. Es empfiehlt sich hier, Räumlichkeiten außerhalb des Unternehmens zu wählen. So können sich Ihre Mitarbeiter besser auf die Maßnahme konzentrieren und werden nicht immer von Kollegen oder dem Tagesgeschehen abgelenkt.



5.6 Informationsaustausch Ihrer Mitarbeiter

Jeder Mitarbeiter Ihres Helpdesks macht seine eigenen Erfahrungen mit Ihren Produkten. Diese können Sie für Ihre ganze Gruppe nutzen. In einem regelmäßigen Erfahrungsaustausch werden alle offenen Problematiken in Ihrer Gruppe diskutiert und Lösungen erarbeitet.



6. Die Kosten

Die Kosten Ihres Helpdesks richten sich auch nach dem Umfang und der Qualität der geleisteten Arbeit und lassen sich in einmalige und fortlaufende Kosten unterteilen. Da die Preise z. T. sehr variabel sind, können hier auch nur ungefähre Zahlen benannt werden.



6.1 Einmalige Kosten

Als einmalige Kosten sind z. B. die eingesetzten PC, Drucker, Faxgeräte, Software, Büromöbel und Werkzeuge zu rechnen.

Ich will Sie hier nicht mit Zahlen in Euro und Cent langweilen. Diese Kosten sind zwar recht variabel, als ungefährender Richtwert sollte aber davon ausgegangen werden, dass Sie pro erforderlichen Arbeitsplatz ca. 8.000 bis 15.000 Euro veranschlagen müssten. Was den Preis allerdings wesentlich erhöhen kann, ist z. B. die eingesetzte Datenbank. Für komplexere Systeme müssen gut und gerne bis zu 200.000 Euro oder auch noch mehr veranschlagt werden, während preiswertere Systeme, die durchaus auch ihren Zweck erfüllen, für ein paar Hundert Euro zu erwerben sind.



6.2 Fortlaufende Kosten

Fortlaufende Kosten wären z. B. Personal, Telefon, Lizenzen für Software.

Wer soll Ihren Helpdesk leiten? Es kann hier ein Gruppenleiter oder Coordinator ausreichen; es muss ja nicht immer gleich ein Manager oder Direktor sein. Dieses senkt Ihre Personalkosten erheblich. Dafür stellen Sie ggf. lieber einen Mitarbeiter mehr ein. Bei einem technischen Helpdesk sollten Ihre Mitarbeiter nach Tarifgruppe 5.2 (ca. 2.500 €) entlohnt werden. Wenn Ihre Mitarbeiter weniger qualifizierte Auskünfte geben müssen, käme eine entsprechend niedrigere Tarifgruppe in Frage. Die Anzahl der eingesetzten Mitarbeiter richtet sich immer nach dem Anrufaufkommen und nach der Art des Helpdesks.

Für Telefon, Fax, Porto etc. sollten Sie ca. 500 Euro monatlich veranschlagen. Oder bieten Sie Ihren Kunden z. B. eine kostenfreie Servicenummer an. Im Allgemeinen haben die Kunden eine 0180-5-Nummer (12 Cent / Minute) akzeptiert. 0180er-Service-Nummern gibt es z. B. bereits für unter 10 € monatlich. Ab einem gewissen Anrufervolumen trägt sich diese Nummer dann auch selbst oder erwirtschaftet ein Plus.

Bei der von Ihnen eingesetzten Software muss im Vorwege darauf geachtet werden, ob Sie gleich das ganze Paket kaufen oder ob Sie eine andere Art der Bezahlung wählen. Hier müssten ggf. laufende Lizenzzahlungen berücksichtigt werden.

7. Fragen und Feedback

