

A close-up photograph of a man with dark, curly hair, smiling warmly. He is wearing a black Jabra headset with a microphone. The background is a blurred office environment with another person partially visible on the right. A yellow rectangular box is positioned at the top center of the image, containing the Jabra logo.

Jabra®

Wie Contact Center die Zufriedenheit von
Mitarbeitern steigern und sie dauerhaft an
das Unternehmen binden

Eine Untersuchung

A BRAND BY

GN Netcom

JABRA® IS A REGISTERED TRADEMARK OF GN NETCOM A/S

WWW.JABRA.COM/DE

So verbessern Contact Center die Zufriedenheit und Bindung Ihrer Mitarbeiter.

ZUSAMMENFASSUNG

Contact Center sind heute keine überfüllten, lauten Arbeitsplätze mehr, in denen Druck ausgeübt wird. Und wenn Mitarbeiter im Contact Center kündigen, rangieren ihre Arbeitsbedingungen sehr weit unten in der Liste ihrer Begründungen. Auch im Contact Center spiegeln die Hauptgründe für Mitarbeiterfluktuation die Probleme vieler Unternehmen wider: Sowohl Manager von Inbound- und Outbound Contact Centern beklagen begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten und die Schwierigkeit, persönliche und unternehmerische Vorgaben und Ziele zu verstehen und zu erfüllen.

Wenn es um die Zufriedenheit am Arbeitsplatz geht, ist Contact Center-Mitarbeitern klar, dass sie mehr als nur gute Arbeitsbedingungen wollen. Sie wollen ihre Arbeitsumgebung aktiv mitgestalten und mit der richtigen Ausstattung arbeiten. Sie wollen einen lohnenden und fordernden Beruf, Aufstiegsmöglichkeiten

innerhalb des Unternehmens und Selbstverwirklichung. Sie schätzen öffentliche Anerkennung für ihre Leistungen. Kurzum: Contact Center-Mitarbeiter möchten Teil eines dynamischen, erfolgreichen Unternehmens sein.

Sind Contact Center-Mitarbeiter zufrieden, arbeiten sie produktiver und agieren als Teamplayer. Gleichwohl ist Zufriedenheit im Job nicht mit mehr Mitarbeiterbindung gleichzusetzen.

Contact Center-Manager bemühen sich ihrerseits, das Arbeitsumfeld zu verbessern und die Zufriedenheit der Mitarbeiter durch hochwertige Ausstattung, bessere Karriereöglichkeiten, Weiterbildungsmaßnahmen und aktive Mitgestaltung des Arbeitsumfeldes zu steigern. Öffentliche Anerkennung und Boni sind für Contact Center immer noch erste Wahl für zufriedene Mitarbeiter.



HINTERGRUND

Wie alle Unternehmen müssen Contact Center heutzutage effizient und gewinnbringend arbeiten. Mitarbeiterfluktuation gehört dabei zu den größten Hürden bei der Verwirklichung dieser Ziele. In manchen Bereichen liegt sie bei jährlich bis zu 50 %. Contact Center arbeiten daran, die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern, denn ihnen ist bewusst, dass es günstiger ist, einen vorhandenen Mitarbeiter zu halten, als einen neuen zu suchen. Zugleich lohnt sich dieses Vorgehen doppelt: Geringere Personalkosten und Aufwendungen für Einstellung und Ausbildung neuer Mitarbeiter werden durch mehr Umsatz und gesteigerte Produktivität honoriert.

Im Dezember 2011 führten Jabra und das Marktforschungsinstitut Frost & Sullivan eine Befragung unter 250 Contact Center-Managern in Großbritannien, Frankreich, den USA, China und Indien durch, um zu klären, wie guter Klang, Mitarbeiterzufriedenheit und erhöhte Produktivität im Contact Center zusammenhängen.

FROST & SULLIVAN

SCHLÜSSELERGEBNISSE

1

Den Wunsch, ihre Tätigkeit erfolgreich auszuüben, ist das Hauptmerkmal zufriedener Contact

Center-Mitarbeiter. Ein zweites, gleichfalls wesentliches Merkmal zufriedener Agenten ist, als Teamplayer agieren zu können, sich den Unternehmenszielen bewusst zu sein und sich aktiv darum zu bemühen, diese zu erreichen.

Inbound- und Outbound Contact Center-Manager geben als wichtigste Eigenschaften zufriedener Mitarbeiter an:

- Produktivität mit 85%
- Förderung von Teamarbeit und Erreichen von Unternehmensvorgaben und -zielen mit 61 %
- Akzeptanz neuer Hard- und Software mit 42%
- niedrige Anrufabbruchrate mit 40%
- niedrige krankheitsbedingte Fehltage mit 38 %

2

Interessanterweise gibt es keinen deutlichen Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit am Arbeitsplatz und der Mitarbeiterbindung.

Nur 26% der Contact Center-Manager sagte, dass zufriedene Mitarbeiter "weniger wahrscheinlich ihren Arbeitsplatz kündigen würden."

3

Laut Aussage von Contact Center-Managern sind Arbeitsbedingungen nicht der Hauptgrund, warum Agenten ihren Arbeitsplatz kündigen.

- Nur 12% der befragten Manager gaben an, dass Beschäftigte wegen "eines lauten oder stressigen Contact Center-Arbeitsumfeldes" den Job kündigen.



4

Die Hauptgründe, warum Agenten ihre Jobs kündigen, liegt Contact Center-Managern zufolge in begrenzten Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten und in der Intransparenz, persönliche und unternehmerische Vorgaben und Ziele zu verstehen und zu erfüllen.

Contact Center-Manager führten folgende Hauptgründe für Mitarbeiterfluktuation an:

- begrenzte Karriere/Entwicklungsmöglichkeiten mit 32 %
- Verständnismangel für persönliche und unternehmerische Ziele und Vorgaben mit 31 %
- erfolglose Ausbildung und Unfähigkeit, Leistung zu erbringen mit 20 %
- laute oder stressige Arbeitsumgebung mit 12 %
- keine Möglichkeit, das Arbeitsumfeld aktiv mitzugestalten mit 3 %
- defekte oder minderwertige Ausstattung mit 1%



“Contact Center haben große Fortschritte geleistet, ihre öffentliche Wahrnehmung als laute, überfüllte oder stressige Arbeitsplätze zu revidieren – und dafür sollte man sie beglückwünschen,“ sagt Brendan Read, Analyst bei Frost & Sullivan. “Um ihre andauernd hohe Fluktuationsrate zu senken, müssen sie jedoch – wie wir aus den Ergebnissen dieser Umfrage sehen – zusätzliche Entwicklungsanreize schaffen und ihre Mitarbeiter gezielter anleiten, wie sie Ziele und Vorgaben besser erreichen.“

5

Mitarbeiter in kleinen Contact Centern (mit weniger als 100 Plätzen) kündigen am ehesten ihren Arbeitsplatz aufgrund begrenzter Entwicklungs- und Karrierechancen.

- 39% der Führungskräfte in kleinen Contact Centern führten begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten als Hauptursache für Mitarbeiterfluktuation an.

- 30% der Manager in großen Contact Centern (mit 500 oder mehr Plätzen) gaben dies als Hauptgrund für Mitarbeiterfluktuation an.
- 27% der Führungskräfte in mittelständischen Contact Centern (mit 100 bis 500 Plätzen) nannte dies als Hauptgrund für Mitarbeiterfluktuation.

6

Mitarbeiter in mittelständischen Contact Centern kündigen am ehesten wegen Verständnismangel für persönliche und unternehmerische Ziele und Vorgaben.

- 37% der Manager in mittelständischen Contact Centern bewerten Verständnismangel für persönliche und unternehmerische

- Ziele und Vorgaben als Hauptgrund für Mitarbeiterfluktuation.
- 28 % der Führungskräfte in kleinen Contact Centern sehen diesen Grund als Hauptursache für Mitarbeiterfluktuation.
- bei den großen Contact Centern bewerteten 22 % der Befragten diesen Grund als Hauptursache für Mitarbeiterfluktuation.

7

Um ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld zu schaffen, benötigt es nach Meinung der Contact Center-Manager viele Faktoren. Die zwei wichtigsten sind die richtige und ausreichende Ausbildung und Entwicklungsmöglichkeiten.

Bittet man Contact Center-Manager, die Bedeutung einzelner Faktoren für zufriedene Mitarbeiter aufzulisten, nennen

- 67% richtige und ausreichende Trainings-, Ausbildungs- und Weiterbildungsmaßnahmen
- 62 % Entwicklungsmöglichkeiten
- 58 % leistungsfähige und qualitativ hochwertige Ausstattung
- 47 % Mitgestaltung des Arbeitsumfeldes und Mitsprache bei der verwendeten Ausstattung
- 44 % öffentliche Anerkennung
- 23 % soziale Aktivitäten

8

Öffentliche Anerkennung und Boni sind die beliebtesten Methoden von Contact Centern, die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern.

- 74% der Contact Center-Manager gaben an, öffentliche Anerkennung und Boni als bevorzugte Methoden für mehr Mitarbeiterzufriedenheit einzusetzen.

“Es freut mich zu sehen, dass ein erheblicher Prozentsatz von Contact Centern sich bemüht, Mitarbeiter für die geleistete Arbeit zu belohnen“, sagt Jette Bajlum, Filialleiterin der Contact Center-Abteilung bei KELLY Services. “Es ist erwiesen, dass Mitarbeiter großen Wert auf Anerkennung legen, die sie von ihren Vorgesetzten, Kollegen und Mitarbeitern erhalten. Programme zur öffentlichen Anerkennung sind häufig ein effektives Mittel für Contact Center, starke und lang anhaltende Mitarbeiterzufriedenheit zu schaffen.“

9

Investition in gute Ausstattung, die die Arbeit von Mitarbeitern verbessert, ist die zweitbeliebteste Methode von Contact Centern die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern.

- Für 66% der Contact Center-Manager ist die Bereitstellung von Ausstattung, die die Arbeit der Agenten verbessert, die zweitbeliebteste Methode, nach öffentlicher Anerkennung und Boni.

“Geräte und Technologien, die den Berufsalltag der Mitarbeiter verbessern, sind für Unternehmen heutzutage ein relativ kostengünstiger Weg, die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu steigern und sich möglicherweise auch von anderen potenziellen Arbeitgebern zu unterscheiden“, sagt Holger Reisinger, Vicepresident Marketing, Products and Alliances bei Jabra Business. “Bei Jabra sehen wir eine wachsende Kluft zwischen Unternehmen, die Technologien einsetzen, um ihren Mitarbeitern das Leben zu erleichtern und Unternehmen, die dies nicht tun. Letztere laufen Gefahr, den Anschluss zu verlieren, da sich mögliche Mitarbeiter den Arbeitgeber suchen, der ihnen das gewünschte Arbeitsumfeld bieten kann.“

10_A

Um die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern, erlauben Contact Center ihren Mitarbeitern immer öfter, ihre Arbeitsumgebung aktiv mitzugestalten.

- 58% der Contact Center-Manager gaben an, dass sie ihren Mitarbeitern erlauben, ihr Arbeitsumfeld aktiv mitzugestalten.

10_B

Contact Center setzen verschiedene Methoden ein, um die Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen.

- 56% bieten Teamentwicklung und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten an
- 46% vergeben herausfordernde und erfüllende Aufgaben



11

Für Outbound-Contact Center ist es wichtiger, Mitarbeitern herausfordernde und erfüllende Aufgaben zu geben, als für Inbound-Contact Center.

- 50% der Contact Center-Manager im Outbound sieht herausfordernde und erfüllende Aufgaben

als wichtiges Mittel, die Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen.

- nur 44% der Contact Center-Manager im Inbound sieht herausfordernde und erfüllende Aufgaben als wichtiges Mittel für die Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit.

12

In Inbound-Contact Center ist es wichtiger, dass Mitarbeiter ihre Arbeitsumgebung aktiv mitgestalten können, als in Outbound-Contact Centern.

- 61% der Contact Center-Manager im Inbound findet es für die Mitarbeiterzufriedenheit wichtig, dass Mitarbeiter ihre Arbeitsumgebung aktiv mitgestalten können.
- 53% der Contact Center-Manager im Outbound bewertet die aktive Mitgestaltung des Arbeitsumfeldes als wichtiges Mittel für mehr Mitarbeiterzufriedenheit.

ERFAHREN SIE MEHR

Unterschiedliche Arbeitsumfelder erfordern unterschiedliche Lösungen zum Gehörschutz. Das Headset-Portfolio von Jabra für Contact Center und Büro bietet eine große Auswahl an Gehörschutztechnologien, die praktisch alle Anforderungen abdeckt.

Erfahren Sie, welche Headset-Lösungen und Gehörschutztechnologien von Jabra für welches Arbeitsumfeld wichtig sind. Unter www.jabra.com/de/contactcenter erfahren Sie mehr oder wenden Sie sich auch direkt an uns.

ONLINE-KONTAKT:	info.de@jabra.com
WEBSITE:	www.jabra.com/de
TELEFON:	+49 8031 26510
ADRESSE:	Traberhofstr. 12, D-83026 Rosenheim

Über GN Netcom

Jabra ist der Markenname von GN Netcom, einer Tochtergesellschaft von GN Store Nord A/S (GN). Das Unternehmen ist an der NASDAQ OMX gelistet. Weltweit beschäftigt Jabra etwa 850 Mitarbeiter und hat 2011 einen Jahresumsatz von ca. 2,106 Mrd. DKK erwirtschaftet. Als einer der weltweit führenden Hersteller entwickelt und vermarktet Jabra ein umfangreiches Portfolio an hands-free Kommunikationslösungen. Seit mehr als zwei Jahrzehnten steht Jabra für Innovation, Zuverlässigkeit und hohen Bedienkomfort. Mit seinen Geschäftsbereichen für mobile Anwender und professionelle Nutzer in Contact Center und Büroumgebungen produziert Jabra schnurgebundene und schnurlose Headsets und Freisprechlösungen, die Nutzern und Unternehmen ermöglichen komfortabler, leistungsfähiger und standortunabhängig zu kommunizieren.