

MIT «FAIRESULTING» ZUM ERFOLGREICHEN AUFBAU EINES CONTACT-CENTERS

Der Aufbau einer zentralen Serviceorganisation birgt für Unternehmen tief greifende Veränderungen. Leistungen werden zentralisiert, aufgeteilt und neu vergeben. In allen Bereichen eines Contact-Centers wird Transparenz geschaffen und der Einbezug aller Anspruchsgruppen in das Projekt, vom Business bis hin zur IT, ist von Anfang an Pflicht. All diese Anforderungen stellen sehr hohe Ansprüche an das Change Management.

Unternehmen werden in Bezug auf die Auswahl von Beratern zunehmend anspruchsvoller. Zu Recht, denn in Zeiten einer verstärkten Qualitäts- und Kostenkontrolle rückt bei den Auftraggebern die Umsetzungsfähigkeit erarbeiteter Konzepte immer stärker in den Fokus. Und genau hier setzt «fairesulting» an. Der Begriff setzt sich zusammen aus «fair» wie Fairness, «faire», dem französischen Wort für «machen», und «result» für Resultate, und steht für einen fairen, umsetzungstarken und Resultate orientierten Beratungsansatz.

Einen wichtigen Eckpfeiler von «fairesulting» bildet die Umsetzbarkeit von erarbeiteten Lösungsdesigns. Denn die besten Konzepte, die ausgeklügeltsten Strategien sind wertlos, wenn sie nur auf dem Papier gefeiert werden. Aus diesem Grund wird beim «fairesulting» der Fokus nicht nur auf eine brillante Analyse oder eine professionelle Konzeption, sondern vor allem auf die Kraft der Umsetzbarkeit gelegt. Auf diese Weise kann das Verhältnis zwischen Konzeption und Umsetzung, das oft bei

etwa 80 zu 20 liegt, im Idealfall auf den Kopf gestellt werden. Was bei «fairesulting» zählt sind schnelle Resultate. Häufig sind es die Mitarbeitenden bei Projekten nämlich gewohnt, dass sich über lange Zeit nichts oder nur wenig tut. Entsprechend gering ist in einem solchen Fall auch deren Projektengagement.

Bei einem durch «fairesulting» geführten Projekt hingegen soll möglichst schnell eine Basislösung implementiert und durch Institutionalisierung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses laufend den Bedürfnissen angepasst werden. Zudem werden Entwicklungen und Veränderungen schneller kommuniziert und alle Anspruchsgruppen frühzeitig in die verschiedenen Projektphasen eingebunden. Auf diese Weise werden die Mitarbeitenden nicht einfach vor vollendete Tatsachen gestellt, sondern aufgefordert, sich von Anfang an aktiv am Veränderungsprozess zu beteiligen. Das Resultat: qualitativ hochstehendere Lösungen und eine höhere Akzeptanz und Zufriedenheit der Kunden. ■

fairesulting

«fairesulting» steht für einen fairen, umsetzungstarken und Resultate orientierten Beratungsansatz, der sich aus den Begriffen «fair» wie Fairness, «faire», dem französischen Wort für «Machen, zusammensetzt und «result» für Resultate. «fairesulting» ist ein eingetragener Verein mit Sitz in Basel und wird von den Gründern Frédéric Monard und Conradin Egli im Rahmen ihrer Projektstätigkeit eingesetzt und laufend weiterentwickelt.

Monard und Egli arbeiten für das Dienstleistungsunternehmen PIDAS und führen erfolgreich Projekte im Bereich Aufbau, Optimierung und Zertifizierung von Serviceorganisationen durch. Darunter bei namhaften Unternehmen wie B-Source, Weltbild, PwC, EKZ

und Telecom Liechtenstein. Dass mit «fairesulting» die Zeichen der Zeit erkannt sind, zeigen zahlreiche positive Kundenfeedbacks. Stellvertretend Dr. Kurt Mäder, Geschäftsleitungsmitglied der Bank Linth, nach erfolgreichem Aufbau des Gesamtbank-Service-Centers: «Ich bin hocheifrig, dass die beim Projektbeginn definierten Meilensteine termingerecht erreicht wurden, was bei solchen Projekten nicht selbstverständlich ist. Die Projektziele wurden zudem alle unter Einhaltung der budgetierten Kosten erreicht.»

fairesulting association

Frédéric Monard, frederic.monard@fairesulting.com,
Conradin Egli, conradin.egli@fairesulting.com
www.fairesulting.com