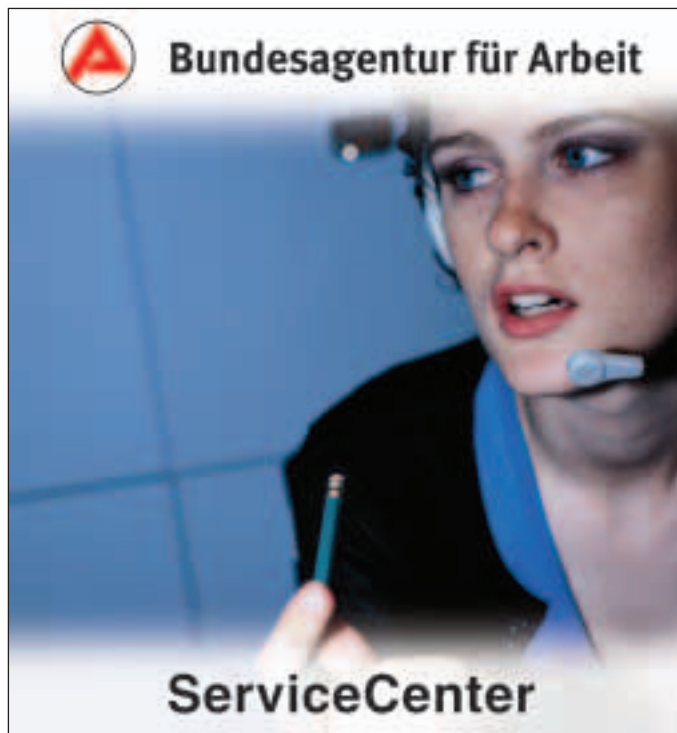


Die Bundesagentur für Arbeit: effizientes Kundenbeziehungsmanagement mithilfe von ServiceCentern.



Überblick

■ Die Aufgabe

Verbesserung der telefonischen Erreichbarkeit der Agenturen für Arbeit sowie Entlastung der Leistungsgewährung, Vermittlung und Beratung für die Kernaufgaben

■ Die Lösung

Konzeption und Implementierung von bundesweiten ServiceCenter-Strukturen mit dem Ziel, die Servicequalität zu verbessern, den Servicelevel zu erhöhen und die Servicezeiten auszuweiten

■ Die Vorteile

Erhöhung der telefonischen Erreichbarkeit auf mindestens 90 % und gleichzeitige deutliche Entlastung der Mitarbeiter der Agenturen für Arbeit

Die Bundesagentur für Arbeit.

Die Bundesagentur für Arbeit (BA) deckt deutschlandweit mit ihren rund 90 000 Mitarbeitern ein breites Aufgabenspektrum im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags ab.

Zu den Hauptaufgaben der Arbeitsagenturen gehört die Vermittlung von Ausbildungs- und Arbeitsstellen. Dies setzt die Registrierung der Arbeitssuchenden sowie der Arbeitsstellenangebote voraus und beinhaltet die Kontaktvermittlung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Weitere Aufgaben der BA sind Berufsberatung, Arbeitgeberberatung, Entgeltersatzleistungen wie beispielsweise Arbeitslosengeld oder Insolvenzgeld sowie die Gewährung von Kindergeld. Diese Aufgaben ziehen aufgrund ihrer Komplexität ein

hohes Informationsbedürfnis der Kunden nach sich, dem die Bundesagentur für Arbeit gerecht werden muss.

Warum sind ServiceCenter so wichtig?

Jährlich versuchen die Kunden der Bundesagentur für Arbeit 67 Millionen Mal telefonisch die Agenturen für Arbeit zu erreichen. Damit gehört die BA zu den Top 10 bezogen auf das Anrufvolumen in Deutschland. Leistungsmessungen haben ergeben, dass etwa 35 Millionen Versuche, die BA zu erreichen, ohne Erfolg bleiben und somit weniger als 50 % aller Anrufe angenommen werden. Kommt eine Verbindung zustande, so bedeutet dies noch nicht, dass das Anliegen des Kunden auch kompetent beantwortet werden kann. Gründe dafür sind beispielsweise vergebliche Weiterleitungsversuche der Telefonzentrale oder die Abwesenheit der gewünschten Gesprächspartner, was zu einer hohen Unzufriedenheit der Kunden führt.

Hinzu kommt, dass die Mitarbeiter der Bundesagentur für Arbeit zunehmend durch Anrufe der Kunden in der Erfüllung ihrer Kernaufgaben wie Beratung, Vermittlung und Leistungsgewährung gestört werden und in der Folge deutliche Prozessineffizienzen auftreten.

Die Herausforderung ist groß.

In das umfangreiche Gesamtvorhaben zum Umbau der Bundesagentur für Arbeit mit dem Untertitel 'BA – die Agentur: von der Behörde zum modernen Dienstleister' wurde

eine Projektgruppe eingebunden, die ein Konzept für die ServiceCenter-Organisation entwickeln und dessen Realisierung anstoßen sollte.

Neben der Verbesserung der telefonischen Erreichbarkeit der einzelnen Agenturen gilt es, mithilfe der neuen ServiceCenter die Servicequalität zu verbessern, den Servicelevel zu erhöhen und die Servicezeiten auszuweiten. Ziel des Konzeptes ist es, möglichst bereits den Erstkontakt zwischen Kunden und Agenturen fallabschließend behandeln zu können und somit die Zufriedenheit der Kunden zu erhöhen. Die Mitarbeiter der BA sollen zugunsten des Kerngeschäftes entlastet werden und zusätzlich in der Lage sein, weitere Prozesse zur Intensivierung der Betreuung von Arbeitgebern und Arbeitnehmern zu übernehmen.

Was war zu tun?

Aufgebaut ist das Konzept der IBM Business Consulting Services zur Implementierung eines ServiceCenters auf der Basis umfangreicher Analysen der bisherigen Servicesituation. Diese Analysen haben noch einmal die Dringlichkeit zur Verbesserung der telefonischen Erreichbarkeit in den Agenturen für Arbeit unterstrichen und bestätigt, dass teilweise gerade 35 % aller Anrufer die zuständigen Ansprechpartner erreichen. Das in Testläufen angewendete Konzept eines neuen ServiceCenters konnte hingegen eine Erfolgsquote von mindestens 90 % nachweisen und somit eine Entspannung der Situation der Mitarbeiter der BA erreichen.

Das Erfolgskonzept der zu implementierenden ServiceCenter ist die konsequente Trennung der Telefonie von der Vermittlung, Beratung und Leistungsgewährung. Die ServiceCenter-Gesamtorganisation ist wiederum unterteilt in interne SC-Verbünde und externe ServiceCenter-Bestandteile. Allein BA-intern werden in einem ers-

ten Schritt ca. 2.500 Mitarbeiter für den qualitativ hochwertigen Service am Kunden eingesetzt.

Ergänzend wird im Rahmen der Gesamtkonzeption der SC-Architektur ein externer SC-Dienstleister eingeschaltet, der neben der Bearbeitung von Überläufen und Randzeiten für allgemeine Auskünfte, einfache Datenaufnahme und eine technisch-funktionale Hotline zuständig ist.

Die Technologie.

Die Realisierung der definierten Ziele erfordert die vollständige Umstellung des bisherigen Service-Systems, unter anderem durch die Einführung einer Telekommunikationssoftware in den aufzubauenden ServiceCentern.

Die Umsetzung.

Auf der Basis des erarbeiteten Konzeptes läuft seit August 2003 deutschlandweit erfolgreich die Umsetzung der ServiceCenter-Einführung.

Ausblick.

Die Weiterentwicklung der SC-Strategie obliegt innerhalb der BA einer im Rahmen des Projektes definierten Organisationseinheit, die fest in die BA-Struktur integriert wird. Neben neuen Serviceleistungen sowohl im Inbound- als auch im Outbound-Geschäft sollen insbesondere neue Zugangskanäle die Kommunikation zwischen dem Kunden und der BA weiter erleichtern.

Informationen zum Projekt:

Dauer des Projektes:

Februar 2003 – Dezember 2003

Ansprechpartner:

IBM:

Andreas Pohler – Partner CRM public

Telefon: +49 40 6389-4529

Mobil: +49 170 7858332

E-Mail: andreas.pohler@de.ibm.com

Horst Robertz – Managing Consultant

Telefon: +49 89 51564-6204

Mobil: +49 171 2094278

E-Mail: horst.robertz@de.ibm.com

BA:

Der Kontakt zur BA kann auf Wunsch über IBM hergestellt werden.



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Bändliweg 21, Postfach
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo und das e-Logo sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Marken anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt.

Diese Erfolgsgeschichte verdeutlicht, wie ein bestimmter IBM Kunde Technologien/Services von IBM und/oder einem IBM Business Partner einsetzt. Die hier beschriebenen Resultate und Vorteile wurden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. IBM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass in anderen Kundensituationen ein vergleichbares Ergebnis erreicht werden kann. Alle hierin enthaltenen Informationen wurden vom jeweiligen Kunden und/oder IBM Business Partner bereitgestellt. IBM übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen.

© Copyright IBM Corporation 2004
Alle Rechte vorbehalten.

IBM Form GK12-3909-00 (05/2004)