



# Bei Anruf Qualität

## Software zur Qualitätssicherung im Telefonstudio

Dass Unternehmen mehr denn je gut beraten sind, sich auf qualitätssichernde Prozesse zu fokussieren, dafür plädiert **Oliver Bischof**. Er präsentiert eine Software-Lösung, die Qualitätsbildung im Telefonstudio unterstützt.

**S**pätestens seit Veröffentlichung der PIMS-Studie vom American Strategic Planning Institute steht die besondere Bedeutung von Qualität für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen fest. Dabei macht die Studie deutlich, dass Qualität sich unmittelbar auf die Kundenzufriedenheit auswirkt und im wesentlichen Maße die Kundenbindung beeinflusst. Die wiederum ist ein Gradmesser für den langfristigen Unternehmenserfolg. Um Kundenabwanderung zu vermeiden und gleichzeitig die Kosten der Neukundenakquise zu senken, sind Unternehmen gut beraten, ihren Fokus auf qualitätssichernde Prozesse auszurichten und ihr gesamtes Geschäftsgebaren daran zu orientieren. Dieser Anspruch gilt für alle Branchen; durch die derzeitige Marktsituation und die interne Struktur der Unternehmen jedoch insbesondere für Call Center sowie Marktforschungsinstitute und Telefonstudio-Betreiber. Diese nutzen im Allgemeinen eine ähnlich technische Infrastruktur und bieten einen vergleichbaren Service. Als alleiniges Differenzierungs-

merkmal bleibt somit oft nur das eingesetzte Personal. Erschwerend kommt hinzu, dass Marktforschung eine Dienstleistung ist, die auf wissenschaftlichen Regeln basiert und eine dementsprechend hohe Komplexität aufweist. Dies führt dazu, dass die Auftraggeber einer Studie die Qualität der erbrachten Leistung nicht immer vollständig beurteilen können und somit in besonderem Maße auf die fachliche Kompetenz des beauftragten Instituts angewiesen sind. Dokumentierte Standards zur Qualitätssicherung, die die einzelnen Schritte des Forschungsprozesses sichtbar machen, können entscheidend dazu beitragen, das notwendige Vertrauen der Auftraggeber in die Leistung der Marktforschungsinstitute zu erhalten oder gar zu steigern.

### Wachsender Qualitätsanspruch

Doch nicht nur die Geschäftsbeziehung zwischen Auftraggeber und ausführendem Institut könnte von festgeschriebe-

nen Qualitätsstandards profitieren, auch der Kontakt zwischen Marktforschungsunternehmen und Befragungsteilnehmern ließe sich so verbessern. Denn der Dialog am Telefon ist meist der einzige persönliche Kontakt zwischen den Befragungsteilnehmern und dem jeweiligen Marktforschungsinstitut. Folglich setzen Befragungsteilnehmer die Qualität des befragenden Unternehmens oft mit der individuellen Leistung des telefonierenden Marktforschers gleich. Unter Umständen wirkt sich eine schlechte Bewertung des telefonierenden Marktforschers sogar negativ auf das Image des Auftraggebers aus. Demnach definiert sich Qualität im Telefonstudio nicht durch objektive Merkmale, wie der Konzeption des Befragungsprozesses oder der technischen Durchführbarkeit einer Studie, sondern setzt sich aus subjektiven beziehungsweise individuell gearteten Kriterien und Merkmalen zusammen.

Dieser Umstand – gepaart mit einem wachsenden Qualitätsanspruch an Marktforschungsunternehmen und Call Center – hat in den letzten Jahren zu einer verstärkten Diskussion über die Qualität von telefonischen Dienstleistungen beigetragen. Ohne eine wie auch immer geartete Form der Qualitätssicherung, das zeigt die aktuelle Diskussion, riskiert ein Unternehmen den Bestand seiner qualifizierten Kontakte und damit langfristig seine Existenz.

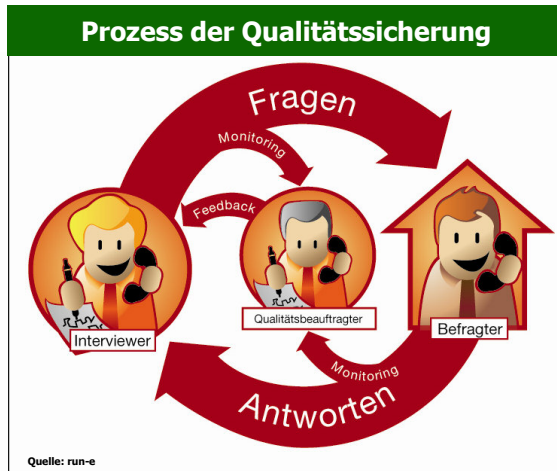
### Bestehende Systeme sind zu komplex

Doch wie steht es um die Qualitätssicherung in deutschen Marktforschungs-Studios? Das Ergebnis einer vom Dortmunder Software- und Consultingunternehmen run-e durc-

fürten Befragung zeigt, dass bisher nur wenige Systeme angeboten werden, die marktforschende Unternehmen sinnvoll bei der Qualitätsbildung im Telefonstudio unterstützen. Einige Marktforscher haben deshalb eigene Lösungen entwickelt, arbeiten mit schriftlichen Aufzeichnungen oder verzichten gleich ganz auf die doch so notwendige Qualitätssicherung im eigenen Studio. Selbst große Unternehmen bilden da keine Ausnahme: Von zwei befragten Telefonstudios mit mehr als 100 CATI-Stationen verfügte nur eines über ein geeignetes System. Nur ein Drittel der befragten Unternehmen gab an, überhaupt eine Art von dauerhafter Qualitätssicherung durchzuführen. Häufig findet zwar ein Interview-Monitoring statt, die dabei gesammelten Daten werden jedoch nur in den wenigsten Fällen systematisch erfasst oder ausreichend analysiert. Dies ist indessen notwendig, um beispielsweise Weiterbildungsmaßnahmen zu konzipieren. Wertvolles Potenzial auf Seiten der Mitarbeiter bleibt so weitgehend ungenutzt.

### Softwaremodul speziell für Marktforscher

Um diesem Missstand zu begegnen, hat run-e ein speziell für die Marktforschung zugeschnittenes Softwaremodul



entwickelt, das marktforschende Unternehmen bei der Qualitätsbildung im Studio unterstützt und ihnen dabei hilft, den somit erreichten Qualitätsstandard auch nachhaltig aufrecht zu halten. Grundlage dieser Neuentwicklung ist die „MR Orga Suite“, ein Management-Tool zur effizienten Planung, Verwaltung und Steuerung von Telefonstudios. Aufbauend auf der MR Orga Suite haben die Softwarearchitekten des Dortmunder Unternehmens ein Erweiterungsmodul entworfen, das an die Mitarbeiter-Stammdatenverwaltung angebunden ist und diese um standardisierte Qualitätsmerkmale und Auswertungsmöglichkeiten erweitert. Zu den standardisierten Qualitätsmerkmalen zählen beispielsweise die Telefonkompetenz oder Handhabung des Fragebogens. Generell lassen sich bei diesem Verfahren verschiedene Methoden der Datenerhebung unterscheiden: Das Monitoren eines Interviews mit oder ohne technische Hilfsmittel, das

Aufzeichnen von Gesprächen sowie die in Call Centern häufig angewendete Methode des Mystery Calls.

Die objektive Bewertung des Interviewers erfolgt anhand der im Softwaresystem hinterlegten und skalierten Kriterien. Diese orientieren sich an den Normen und Qualitätsstandards des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM). Mit der Bereitstellung weiterer definierbarer Parameter, etwa Soft Skills, steht dem Modul eine umfangreiche Sammlung von Qualitätskennzeichen zur Verfügung. Die Sammlung stellt eine Erweiterung der ADM-Standards dar und kann jederzeit vom Benutzer erweitert werden. Diese Flexibilität ist ein Alleinstellungsmerkmal des run-e-Moduls; andere EDV-gestützte Qualitätssicherungssysteme sind meist statisch und viel zu komplex.

Das Qualitätssicherungstool der MR Orga Suite lässt sich aber nicht nur in Telefonstudios gewinnbringend einsetzen. So besteht die Möglichkeit, das Modul zusätzlich um Qualitätsdaten für den persönlichen Kundenkontakt zu erweitern – sowohl im Face-to-Face- und CAPI-Bereich als auch bei Interviews und Gruppendiskussionen. ■



*Oliver Bischof* arbeitet als Sales Manager und Leiter der Niederlassung München bei run-e. Der Diplom-Informatiker ist ein erfahrener Consultant und ausgewiesener Spezialist auf dem Gebiet der Qualitätssicherung in der Marktforschung. [www.run-e.de](http://www.run-e.de)