

# MULTIMEDIALE MARKENBOTSCHAFTER BRAUCHEN NEUE ARBEITSWELTEN

**Multimediale Markenbotschafter schaffen ein einheitliches Markenerlebnis über alle Kanäle. Ihr Handwerkszeug ist neben Technik eine neue Arbeitswelt. Diese fordert der Kanal Video.**

**Das direkte Umfeld des Mitarbeiters, der Arbeitsplatz und der dahinterliegende Bereich, werden plötzlich für den Kunden am anderen Ende sichtbar.** Doch der eine Videoarbeitsplatz taugt nicht für alle anderen Anwendungen. Während der Reiseanbieter im Hintergrund vielleicht Hotel-Anlagen einblenden will, setzt der Autoteile-Händler eher auf ein erlebbares Service Center mit Motorsport-Bezügen. Dazu ist es wichtig, schon vor Beginn des Umbaus über eine sorgfältige, auf die angebotenen Serviceprozesse zugeschnittene Planung zu verfügen. Alles andere führt im Betrieb zu Unzufriedenheit, nicht hinreichender Servicequalität oder zu schnell steigenden Kosten.



**Das Ziel: Kommunikation, Konzentration und Kooperation an einem Arbeitsplatz zu vereinen. Die Arbeitsplätze basieren auf der HCD Matrix, dem ganzheitlichen Gestaltungsansatz, der das komplexe Zusammenspiel von Licht, Luft & Raum ermöglicht.**

Diese ganzheitliche Planung beginnt bei den Mitarbeitern, ihren Skills, Arbeitsweisen und den bearbeiteten Kanälen. Ist dies geklärt, geht es daran, eine Arbeitswelt zu planen, die später im Alltag überzeugt und so ist, dass sie Teil der Markenkommunikation des Unternehmen werden kann. Das betrifft übrigens zwei Richtungen: Die Marke, die der Kunde in der Kommunikation wahrnimmt, ist eine Seite der Medaille. Die andere ist die Arbeitgebermarke, besser die Arbeitgeber-Reputation.

In der planerischen Realisierung ist es dann wichtig, Flächen so zu planen, dass sie Prozesse aufgreifen, abbilden und unterstützen. Wenn es im Text-Chat- und Schriftgut-Team laut hergeht, weil die Abstimmung untereinander schnell und direkt erfolgt, muss für andere Bereiche viel mehr Wert auf Ruhe gelegt werden. Wenn der einzelne Arbeitsplatz bereits eine Vielzahl von Möglichkeiten bietet, ist die gesamte Organisation flexibel und die Kundenkommunikation skalierbar. Es spricht alles dafür, die vielgepriesenen „C's“ moderner Workplace Strategies an einem Arbeitsplatz zusammenzuführen: Wer Collaboration, Concentration und Communication an einem Arbeitsplatz ermöglicht, der schafft eine hohe Produktivität. Gleichzeitig erhält der Mitarbeiter die

Flexibilität, alle Kanäle an einem Arbeitsplatz bedienen zu können. Mit dem multimedialen Arbeitsplatz, der Konzentration und Kommunikation erlaubt, erhält der Mitarbeiter die Flexibilität, alle Kanäle an einem Arbeitsplatz bedienen zu können. Für Mitarbeiter und Kunden ist die Durchgängigkeit der (meisten) Kanäle an einem Arbeitsplatz wichtig. Wer einen Kunden am Telefon betreut und die Videoübertragung aktivieren will, um einen Handgriff anschaulich zu machen, der muss nicht erst den Arbeitsplatz wechseln müssen oder gar zu einem Kollegen oder einer Kollegin weiterverbinden müssen – das wäre einem einheitlichen Kundenerlebnis alles andere als zuträglich.

Auch die Menschen, die diese neuen Kanäle bearbeiten, werden in der nahen Zukunft

*Erleben Sie eine einzigartige Omnichannel-Arbeitswelt auf der CCW 2016: im LiveCall-Center <sup>Design by HCD</sup>. Planen Sie Ihre Arbeitswelt an der HCD PlanBar, Stand A12, Halle 4.*

neue Eigenschaften mitbringen. Sie werden – im Fall der Bewegtbild-Übertragung – kameraaffin und medienkompetent sein. Ihre Arbeitswelt muss darauf reagieren. Sie muss einzigartig sein und einzigartig gut zu Mensch und Aufgabe passen.



**HCD Human CallCenter Design  
Planungsges. mbH**

Sandra Stüve  
Julius-Hart-Str. 12 · 48147 Münster  
Tel. 0251-414140  
www.hcd-gmbh.de · info@hcd-gmbh.de