



GELERNT IST GELERNT

Prodi@log – Der Experte für Telemarketing

von Stephanie Bulang-Matern

Sie kennen das doch bestimmt auch. Ihr Telefon klingelt, Sie melden sich freundlich und dann passiert's: Für die nächsten Minuten sind Sie zum Zuhören verdammt, ohne unhöflich werden zu wollen. Ihnen bleibt nur, abzuwarten. In der Zwischenzeit fragen Sie sich wahrscheinlich, ob die Person am anderen Ende der Leitung nicht wenigstens mal Luft holen muss und versuchen mit einem zaghaften „aber“ den Monolog zu unterbrechen. Irgendwann ist alles vorbei, auch Ihre Geduld, ein Dialog nicht mehr möglich.

So sieht der „Worst Case“ aus. Und genau so darf und soll es niemals sein.

Die Nummer Eins im Dialogmarketing

Dialogmarketing ist eine Frage des Fingerspitzengefühls und der Ausbildung. Die Experten von Prodi@log in Bonn wissen das. Mit Kompetenz und Gesprächspartnern „auf Augenhöhe“ ist das Unternehmen zum Marktführer für Dialogmarketing avanciert. Das „tägliche Brot“ aller Mitarbeiter ist Reden, Zuhören – Kommunikation im besten Sinne. Hervorragend geschult ohne aufdringlich oder stereotyp zu erscheinen, sachlich und gut informiert vertreten sie die Interessen zahlreicher weltweit agierender Konzerne, aber auch interessanter kleinerer Kunden mit „kniffligen“ Aufgaben. 70 Prozent aller Auftraggeber sind Stammkunden und das bereits seit 2001.

„In unserer Branche gibt es viele schwarze Schafe. Wir aber bieten eine hoch qualifizierte Dienstleistung an. Der

Kunde ist von uns Qualität gewöhnt und die bekommt er“, ist die ganz klare Aussage von Torsten Preiß, Prokurist und Mitglied der Geschäftsführung der Prodi@log Telemarketing GmbH. Ihm ist es wichtig, nicht nur im eigenen Unternehmen für höchste Qualität zu sorgen, sondern diese als Standard zu vermitteln. Auch ein Grund dafür, warum er im IHK-Arbeitskreis „Dialogmarketing“ sitzt, ihn sogar leitet.

Du hörst niemals auf zu lernen

Ziel des erfolgreichen Unternehmens ist es, nicht nur einen hervorragenden Namen zu haben, sondern diesen durch ständige Qualitätskontrollen und Schulungen zu wahren. Dafür tut die Geschäftsführung sehr viel. Weiterbildung ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie - getreu dem Motto, dass nur, wer hart an sich

arbeitet, auch immer besser wird. Ganz besonders stolz ist Torsten Preiß auf die Azubis im Unternehmen. Seit 2006 gibt es die Ausbildungsgänge „Servicekraft für Dialogmarketing“ und „Kaufmann/-frau für Dialogmarketing“. Vier junge Damen haben die Chance ergriffen, bei Prodi@log ihre Ausbildung zu absolvieren, ab August 2009 werden drei weitere dazukommen.

Kunde und Produkt müssen zu uns passen

Noch einmal zurück zu den Standards: Prodi@log vertritt die Interessen von hochrangigen Konzernen und ausgesuchten Kunden. Amir Shafaghi, Gründer und Geschäftsführer, bringt es auf den Punkt: „Wir lehnen durchaus auch Anfragen oder Aufträge ab, wenn sie nicht zu unserer Philosophie und unserem Anspruch passen.“ Dazu gehört auch, keine Kaltakquise zu betreiben.

Das Unternehmen hat es nie eilig gehabt, explosionsartig in alle Richtungen zu expandieren. „Lieber gesund wachsen und solide arbeiten“ waren die Grundlagen für die erfolgreiche Positionierung am Markt. Dass Prodi@log mit dieser Vorgehensweise viel Gutes für das ansonsten stark ramponierte Image der Branche getan hat, steht außer Frage.

„Der kleine, feine Unterschied“

Beim Start im Juni 2001 waren es insgesamt vier „Mann“, die mit reinem Outbound-Geschäft den Grundstein für die heutige Marktpräsenz legten. Unterdessen gehören rund 300 Mitarbeiter zum Personalstamm – mit steigender Tendenz. Die Profis im Dienst des Telemarketings sind – schon wieder ein gravierender Unterschied zu anderen Anbietern – Festangestellte in Voll- oder Teilzeit. Hier wird nicht Provision gezahlt sondern Gehalt, die Arbeitszeiten sind flexibel. Fast alle im Team sind

Dialogmarketing

Akademiker, kommen aus anspruchsvollen Berufen, einige haben promoviert.

Der Grund für diesen Umstand liegt auf der Hand: Gerade im Outbound-Segment kommt es darauf an, neben erfrischender Freundlichkeit, zuverlässigem Einsatz und hoher Motivation über exzellentes Fachwissen zu verfügen. Wenn sich Anrufer und Gesprächspartner auf einer Gesprächsebene bewegen, führen Verständnis und Zufriedenheit auf beiden Seiten zum Erfolg.

Ein spannender Berufszweig mit Wachstumspotential



Auf Erfolgskurs: Torsten Preiß und Amir Shafaghi

Für karrierebewusste Hochschulabsolventen ist diese Branche hochinteressant. Wer allerdings glaubt, sich direkt vom Sitz im Hörsaal auf den weichen Sessel der Führungskraft katapultieren zu können, liegt damit bei Prodi@log völlig falsch. Denn hier gehört es zum Selbstverständnis, seine ersten Schritte im Unternehmen mit dem Hörer in der Hand zu gehen. „Wer beabsichtigt, in unserem Unternehmen Führungsverantwortung zu übernehmen, muss den Leidensdruck der Vertriebsbeauftragten im Detail kennen“, erklärt Amir Shafaghi das interne Ausbildungskonzept. „Dazu gehört auch, dass jeder bei uns von der Pike auf lernt.“

Das Team besteht aus Telemarketing-Spezialisten quer durch sämtliche Altersstufen. Obwohl die Branche selbst jung ist, setzt das Unternehmen gern auf die Erfahrung und Gediegenheit der Generation Ü 50. Hochschuldozenten, die nebenbei im Telemarketing-Einsatz sind und Offiziere im Ruhestand gehören ebenso zum „Stammpersonal“ wie eine ganze Reihe Alleinerziehender. Diese „Machertypen“ sind es, die sowohl intern als auch von den Kunden sehr geschätzt werden.

Bei uns sind Sie richtig

Mit pfiffigen Anzeigen und dem Gespür für potentielle Interessenten sucht Prodi@log immer wieder qualifizierten „Nachwuchs“. Mehr und mehr Auftraggeber haben erkannt, dass die Zeit des „Ich mach das selber, schließlich kann doch jeder telefonieren“ vorbei ist.



Herzlich willkommen!



Der erste Anruf muss „sitzen“. Eine zweite Chance gibt es nicht. Jetzt haben es die Profis in der Hand respektive am Ohr, für gute Ergebnisse zu sorgen. Gemeinsam mit den Kunden wird ein Leitfaden erstellt, danach folgt die Auswahl der Projektmitarbeiter, deren Einweisung und dann erst beginnt der praktische Teil. Neben dem Können des Einzelnen ist die Qualität des Datenmaterials das A und O.

Wie funktioniert Telemarketing?

„Guten Tag. Mein Name ist...“, stellt sich Dr. Gustav Schuhmaier, ein grau melierter Herr, seinem unsichtbaren Gegenüber vor. Und dann beginnt eine Unterhaltung, wie sie sich im Laufe der nächsten Stunden nie gleich, aber immer gleich charmant wiederholen wird. Der promovierte Steuerberater ist spezialisiert auf die kompetente



Briefing durch das so genannte „Patenprogramm“

Fotos: Prodi@log, Jürgen Bruder

Torsten Preiß:

- >> Am 03.05.1975 in Bonn geboren
- >> Besuch das Collegium Josephinum Bonn, danach Ausbildung zum Groß- und Aussenhandelskaufmann sowie zum Kommunikations- und Verkaufstrainer
- >> 5 Jahre bei T-Mobile, Aufbau von Dialog-Center-Standorte in ganz Deutschland
- >> ab 2001 prodi@log, Prokurist, Mitglied der Geschäftsführung
- >> begeisterter Fußballer (von Kindesbeinen Fanmitgliedschaft 1. FC Köln) und Tennisspieler
- >> liebt seine Vaterstadt Bonn, dennoch karnevalistisch abtrünnig (Mitglied im Elferrat der KÖLNER Willi Ostermann Gesellschaft)
- >> **Sein Lebensmotto:** Wenn man nur will, ist alles möglich (da kann auch ein Montag wunderschön sein)

Amir Shafaghi:

- >> Am 10.03.1970 in Teheran geboren.
- >> Seit 1980 in Bonn, nach der Schulzeit in Bonn Studium der Volkswirtschaftslehre an der FernUniversität Hagen
- >> 2001 Prodi@log gegründet.
- >> 3 Söhne
- >> Seine Hobbies: Reiten, Tauchen, Golfen
- >> Bekennender Bonner und Karnevalist, stolzer Förderer der Bonner Stadtsoldaten und Brauchtumpfleger
- >> Sein Herz schlägt für Kinder
- >> **Sein Motto:** „Kein Kind dieser Erde hat es verdient, in Not zu geraten!“



► Beratung seiner Berufskollegen. Er informiert gerne, kann von Anfang an überzeugen und tut das mit Herzblut. Sollte sein Gegenüber einmal nicht gesprächsbereit oder sogar „bockig“ sein, bleibt der versierte Experte dennoch freundlich. Und am Ende des Gespräches hat er es meist sogar noch geschafft, einen Termin zu bekommen, zu dem er sich noch einmal melden darf.

Können will gelernt sein

Nur wer Vertrauen in die eigene Kompetenz und in das Produkt hat, kann überzeugen, lautet einer der Grundsätze von Prodi@log. Die Qualitätsstandards, die das Unternehmen an seine Aus- und Weiterbildung stellt, sind hoch. Regelmäßig arbeiten externe Stimmbildner und Mediatoren mit der Crew. Auch intern durchlaufen die Mitarbeiter von Anfang an Rollenspiele, Kommunikationstraining, Seminare und individuelle Förderungsmaßnahmen, noch bevor sie ein einziges Mal den Hörer in die Hand nehmen dürfen.

ten. Das ist das Rüstzeug. Dabei wird aber großer Wert darauf gelegt, dass die eigene Individualität am Telefon erhalten bleibt. Nur so ist der Umgang mit einem Gesprächspartner authentisch und glaubwürdig.

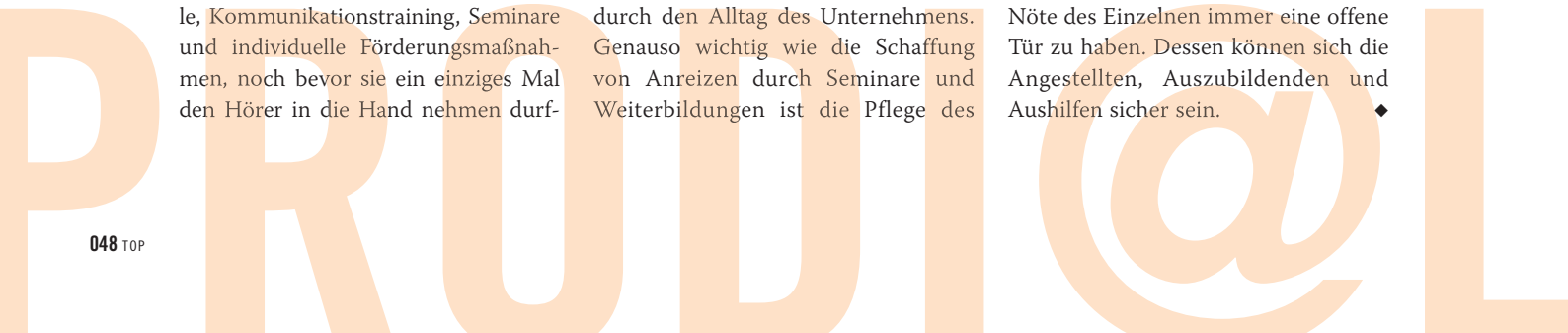
Motivation ist die beste Investition

Der Leitgedanke „Fördern und fordern“ zieht sich in allen Bereichen durch den Alltag des Unternehmens. Genauso wichtig wie die Schaffung von Anreizen durch Seminare und Weiterbildungen ist die Pflege des

„Wir-Gefühls“. „Wer arbeitet, kann auch feiern“ ist ebenfalls eine Maxime bei Prodi@log. Tolle Feste, Events und Ausflüge, teilweise mit Angehörigen, sind feste Bestandteile im Kalender des gesamten Teams. „Der Mensch hat keinen Wartungsvertrag, den muss man hegen und pflegen“, lautet eines der Bekenntnisse zum größten Kapital des Unternehmens, den Mitarbeitern. Dazu gehört auch, für die Sorgen und Nöte des Einzelnen immer eine offene Tür zu haben. Dessen können sich die Angestellten, Auszubildenden und Aushilfen sicher sein. ♦



Ob bayerisch-rustikal oder festlich...



NACHGEFRAGT

Prodi@log – ihre Philosophie und ihre Werte

Herr Shafaghi, Herr Preiß, nach aufmerksamem Lesen Ihrer Unternehmensportraitierung fiel eines immer wieder auf: Der Faktor Mensch ist Ihnen stets das Wichtigste. Sie investieren in Ihr Personal, „hegen und pflegen“ es, „schulen auf höchstem Niveau mit Stimmbildnern und Mediatoren“. Hierzu haben wir noch ein paar Fragen:

TOP: Herr Shafaghi, Telefonwerbung hat einen schlechten Ruf und das färbt auf das Image der Branche ab. Was unternimmt Prodi@log dagegen?

A. Shafaghi: Unsere Branche ist genauso seriös wie jede andere Branche, schwarze Schafe – und die gibt es in jeder Branche – einmal außer Acht gelassen. Betrachtet man die gesetzlichen Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb oder das Telekommunikationsgesetz,

Interview

dann wird deutlich, dass in unserer Branche weit mehr Regeln eingehalten werden müssen als in manch anderer. Prodi@log hält sich streng als Mitglied des Deutschen Dialogmarketing Verbands an einen zwingenden Ehrenkodex. Und das ist gut so!

TOP: Herr Preiß, Sie sind IHK-Arbeitskreisleiter „Dialogmarketing“ und zeitgleich als Geschäftsführungsmitglied des Unternehmens verantwortlich für den Bereich Qualitätsmanagement. Wie treffen Sie die Auswahl Ihrer Mitarbeiter und wie binden Sie diese an Prodi@log?

T. Preiß: Der Erstkontakt findet über eine Art Telefoninterview statt, wobei hier der Schwerpunkt weniger auf dem Austausch von reinen Zahlen, Daten und Fakten liegt sondern vielmehr auf der Art und Weise, wie sich ein Bewerber ausdrückt, wie er kommuniziert und wie der Bewerber über sich selbst berichten kann. Auch hier spielt das bekannte „gute Gefühl“ eine große Rolle. Die Bewerber die zu uns eingeladen werden, haben dann ca. 90 Minuten Zeit, einem erfahrenen Mitarbeiter „über die Schulter“ zu schauen und sich einen ersten eigenen Eindruck von der Tätigkeit zu machen. Im Anschluss fin-

det dann ein intensives Einstellungsgespräch mit Teilnahme der Geschäftsführung und Teamleitung statt. Hierbei steht neben der persönlichen Vita insbesondere – wie auch im Telefoninterview – die Ausdrucks- und Erscheinungsweise des Bewerbers im Vordergrund der Entscheidungsfindung. Davon bleibt eine Grundregel unberührt: Wer uns nicht mindestens einmal im Gespräch zum Lachen bringt, wird nicht unsere Zustimmung finden.

TOP: Herr Shafaghi, Ihre Mitarbeiter sind stolz darauf, bei Prodi@log beschäftigt zu sein und stehen 100%ig zu Ihrer Tätigkeit. Woher holen Sie und Ihre Mitarbeiter dieses Selbstbewusstsein?

A. Shafaghi: Wir bei Prodi@log sind stark gefordert. Denn hier gilt es, am eigenen Ruf zu feilen. Und das fängt beim Selbstbild an. Raus aus der selbst zugewiesenen Schmutzlecke – vor allem im Kopf. Voraussetzung für dieses Selbstbewusstsein ist allerdings ein selbst auferlegter Verhaltenskodex, der neben strikter Beachtung der gesetzlichen Vorgaben auch eine Berufsethik einschließt. Ein faires Verhältnis zu den Mitarbeitern gehört ebenso dazu wie eine klare Struktur und ein exzellentes Aus- und Weiterbildungskonzept. Vor allem ist bei Prodi@log stets eine Dimension der Transparenz gefragt. Wer nichts zu verbergen hat, der kann sich auch Selbstbewusstsein leisten.

TOP: Herr Preiß, als Dienstleister im Outbound übernehmen Sie mit Ihrer Mannschaft mehr die Rolle eines Hauptdarstellers als die eines Statisten. Welche harte Arbeit steckt dahinter?

T. Preiß: Lernen und dann üben, üben und nochmals üben! Unsere Mit-

arbeiter müssen jeden Tag auf die Sekunde genau freundlich, kompetent und überzeugend auf die Kunden einwirken. Dies erfordert eine professionelle Ausbildung und ein darauf aufgebautes Weiterqualifizierungskonzept. Neben einem fundierten Patenprogramm (Grundausbildung neuer Mitarbeiter) steht ein 12-monatiges Schulungskonzept, in dem alle Bereiche des Dialogmarketings vermittelt werden. Dazu zählen z.B. 2-tägige Stimmtrainings, externe Verkaufsschulungen und die persönliche Betreuung durch einen unserer 4 Kommunikations- und Verkaufstrainer im Haus. Im Grunde ist es wie ein Training vor einem wichtigen Wettkampf, nur dass wir diesen Wettkampf jeden Tag haben.

TOP: Herr Shafaghi, Prodi@log gilt als zuverlässiger Partner für Konzerne. Also steht Ihr Unternehmen für komplexe Anforderungen zur Seite. Warum entscheiden sich Ihre namhaften Auftraggeber für Prodi@log?

A. Shafaghi: Der Kundendialog ist heute zu einem der entscheidenden Wettbewerbsfaktoren für Unternehmen geworden, egal in welcher Branche. Das bedeutet, dass Unternehmen die Kommunikation mit ihren Kunden professionell gestalten und betreiben müssen, wenn sie diese nicht an die Konkurrenz verlieren wollen. Wir als spezialisierte Agentur für Dialogmarketing beschäftigen entsprechend ausgebildete und qualifizierte Mitarbeiter. Hinzu kommt, dass innerhalb der Kooperation eine permanente Überwachung der Qualität und die Auswertung der Ergebnisse im Kundendialog unabdingbar sind. ♦

prodi@log 

» Prodi@log Telemarketing GmbH
Burgstraße 69 · 53177 Bonn
Tel.: (02 28) - 5 28 88 - 0
Fax: (02 28) - 5 28 88 - 99
www.prodialog.de

INFORMATION