Buchrezensionen

Claudia Gabler et al.:

Best Customer InterACTION

Creating exceptional Customer Experience
in the Contact Center

Internationale Auflage, Competence Call
Center AG, Wien 2012, 116 Seiten, 99 €,
ISBN: 978-3-950-3466-0-2

Kernthesen

- Beispiele zum Inbound Center Management aus der Praxis für die Praxis.

Learnings

Die Competence Call Center AG bringt ein gutes Praxisbuch zum Inbound Center Management heraus. Praxisbeispiele und interessante Beiträge für Manager und Experten. Der relativ hohe Preis ergibt sich aus der geringen Auflage in 5 verschiedenen Sprachen.

Abstract

Übersichtlich und fokussiert zeigt das Buch internationale Best Practices, Experten-Meinungen und Trends. Thematisiert werden u.a. aktuelle Herausforderungen und Treiber im Spannungsfeld von Qualität und Kosten, Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitern sowie die Messung eines Inbound Centers im Controlling. *Andreas Augat*

SP *Alexander Schagen:*

Zur Qualität von Inbound Centers im Marketing

Typen – Wirkungen – Implikationen

1. Auflage, Gabler Springer, Wiesbaden
2012, 255 Seiten, 49,95 €, ISBN: 978-3-8349-4366-8

Kernthesen

- Inbound Centers verbessern Kundenbeziehungen und Unternehmenserfolge.

Learnings

Reaktionszeiten, Kommunikationsstile und Entschädigungen von Inbound Centers (Call Centers, Customer Care Centers, etc.) werden praxisorientiert untersucht. Sehr gute Dissertation mit Fallstudien, Experimenten und Implikationen.

Abstract

Schagen zeigt die aktuelle Bedeutung von Inbound Centers, 4 verschiedene Inbound Center Typen für die Praxis, die Wirkung von Reaktionszeiten, Kommunikationsstilen und Entschädigungen pro Typ sowie Implikationen u.a. mit einer neuen Kundensegmentierung und einem Management Cockpit für Inbound Centers. *Andreas Augat*

Tom König:

Ich bin ein Kunde, holt mich hier raus

Irrwitziges aus der Servicewelt

1. Auflage, Verlag Kiepenheuer & Witsch,
Köln 2012,
227 Seiten, 8,99 €,
ISBN: 978-3-462-04452-2

Kernthesen

- Der Kunde ist oftmals nicht König.

Learnings

In der Welt der Servicedienstleistungen bieten sich den Kunden teils irrwitzige Geschichten dar und es wird klar: Hier ist der Kunde nicht (immer) König! Nette Unterhaltung für Zwischendurch mit Kaufempfehlung.

Abstract

In 60 pointierten und humorvollen Anekdoten aus der Servicesahara Deutschland schildert der Spiegel-Online Kolumnist Tom Hillenbrand (alias Tom König), wie ausgewählte Unternehmen ihre Kunden nach Strich und Faden an der Nase herumführen. *Andreas Augat*