



Fotos: Management Circle

CAAt-Award 2010 – Bronze

Der Handfeste

Lars Sandte wagte einen Sprung in ziemlich kaltes Wasser: Von einem Managerposten mit Verantwortung für 350 Mitarbeiter wechselte er zum B-to-B-Unternehmen Camfil, um dort die Telesales-Abteilung aufzubauen. Der Lohn des Risikos: wirtschaftliche Erfolge und der CAAt-Award 2010.

Seine Call Center-Karriere ist absolut Outbound-geprägt und war bis 2008 ebenso absolut aufs Versicherungsgeschäft fokussiert. Frei nach dem Motto „Wer eine unsichtbare Ware wie Versicherungen verkaufen kann, der bringt auch sichtbare Produkte an den Mann“ holte die auf Reinlufttechnik und Luftfiltersysteme spezialisierte Camfil KG Lars Sandte im Juni 2008 in die deutsche Niederlassung ins schleswig-holsteinische Reinfeld. Sein Auftrag: eine interne Telesales-Abteilung aufbauen und dort insbesondere die kleinen



und mittleren Kunden mit einem jährlichen Auftragsvolumen von bis zu 3000 Euro betreuen. Sein Ziel: diese Kundengruppe nicht nur zu pflegen und gut zu bedienen, sondern auch auszubauen. Die Vorteile: Der Umsatz mit den kleineren Kunden ist gesichert und die Außendienstmitarbeiter – hoch spezialisierte Ingenieure – können sich ungestört auf größere Aufträge mit hohem Beratungsbedarf konzentrieren.

Einen ersten kleinen Schock dürfte der frisch ernannte Leiter Telesales erlitten haben, als er einen Blick auf die Camfil-Produktpalette warf: 18 000 Teile führt das Unternehmen (wie er das Komplexitätsproblem löste? Siehe Interview!). Das Vertrauen der Außendienstmitarbeiter gewann Lars Sandte, indem er ihnen ganz handfest an einem Praxisbeispiel bewies, was professionelles Telefonmarketing leisten kann: Nach einer Mailingaktion ließ er Interessenten abtelefonieren. Dafür entwickelte er einen Gesprächsleitfaden, den er von den Außendienstlern absegnen ließ. Die Aktion war ein fulminanter Erfolg (siehe Interview). Damit war das Eis gebrochen: Die zu-

nächst skeptischen Ingenieure begannen – erst vorsichtig, später dann freimütiger – dem neuen Telesales-Mann ihre Kundendaten anzuvertrauen. Nun galt es, die Abteilung auszubauen: Lars Sandte holte zunächst zwei externe Call Center-Profis und später noch drei Produkt-Kenner aus der Camfil-Produktion in sein Team. In einem ersten Schritt bündelten sie den kompletten Auftragseingang im

Erfolgreich

Erfolge Telesales 2009
 Die im Juni 2008 gegründete Telesales-Abteilung von Camfil in Deutschland meldet für das Jahr 2009 beachtliche Erfolge:

- Sie erwirtschaftete 1,6 Millionen Euro Umsatz, davon rund ein Viertel Neugeschäft
- Sie betreute 4 400 Bestandskunden
- Sie gewann 333 Neukunden
- Sie wuchs auf acht Mitarbeiter
- Sie reduzierte die Bearbeitungszeit für Anfragen auf eine Stunde

Telesales: Jede Anfrage landet nun zunächst dort im zentralen Eingangskorb, wird geprüft und je nach Volumen gleich beantwortet oder samt kurzer Nachricht an den Kunden zum entsprechenden Ingenieur weitergeleitet.

Das Schöne an Luftfiltern? Sie müssen alle zwei Jahre ausgewechselt werden. Die Filter sind standardisiert, allerdings ist auch Camfil einem harten Wettbewerb ausgesetzt: Das Unternehmen habe rund sechs große und fünf kleinere Mitbewerber, berichtet Lars Sandte. Um sich das Auswechsel-Geschäft nicht entgehen zu lassen, etablierte Lars Sandte einen Erinnerungsservice: Kunden, die zwei Jahre lang keine Bestellung aufgeben, werden kontaktiert und darauf aufmerksam gemacht, dass sie ihre Filter tauschen müssen – na, und bei der Gelegenheit lassen sich diese neuen Filter natürlich trefflich verkaufen. Generell werden alle Interessenten und Kunden, die eine Anfrage an Camfil stellen, drei Mal telefonisch nachgefasst. Angebote versendet das Telesales-Team zu 85 Prozent per E-Mail. Das Team befasst sich nicht nur

Der Bronze-Preisträger ist wie so viele Top-Manager der Branche über Umwege ins Call Center-Geschäft geraten: Der gelernte Versicherungskaufmann arbeitet zunächst im Innendienst und gründet später eine eigene Versicherungsagentur. Als sich herausstellt, dass diese Arbeit auf Dauer nicht die richtige sein würde, beschließt Lars Sandte, BWL zu studieren und sein Studium mit einem Job im Call Center von d+s europe in Itzehoe zu finanzieren. Zum Studium ist es nie gekommen, denn: Zwar hat Lars Sandte am 30. Januar 1999 sein Bewerbungsgespräch als studentische Aushilfe bei d+s, er weiß aber zu diesem Zeitpunkt, dass zum 1. Februar ein Profi für ein Versicherungsprojekt gesucht wird; also bewirbt er sich gleich auf diesen Posten – und bekommt ihn! Kurze Zeit später steigt er zum Team-, dann zum Projektleiter auf. Als ihn sechs Jahre später ein Headhunter als Call Center-Manager zu asf in Lübeck abwirbt, trägt er bei d+s in Itzehoe die Verantwortung für 60 Prozent der Mitarbeiter. Und als Sandte weitere drei Jahre später im Jahr 2008 asf verlässt, um bei Camfil eine Telesales-Abteilung aufzubauen, stehen 350 Mitarbeiter in den Fenstern des asf-Gebäudes und winken ihm mit weißen Taschentüchern nach.

CallCenterProfi: Herr Sandte, Sie kennen beides: Was unterscheidet den B-to-B- vom B-to-C-Telesales?

Sandte: Es handelt sich um eine andere Ansprache. Die Menschen, die wir ansprechen, haben von dem, von dem wir sprechen, sehr viel Ahnung. Wenn wir einen technischen Leiter anrufen, kennt der das Produkt unter Umständen viel besser als der Anrufer. Unser Vorteil gegenüber dem B-to-C-Segment ist, dass das Telemarketing in der Filterbranche noch nicht verbrannt ist und wir auf offene Ohren stoßen.

CallCenterProfi: Camfil verkauft Reinlufttechnik & Luftfiltersysteme – was ist das für eine Branche?

„Was das Team zum CAT-Award gesagt hat? Die waren alle stolz wie Bolle!“



Sandte: Die Branche ist handfest, sehr konservativ und geradeheraus. Das passt ganz gut zu mir, da brauche ich mich nicht zu verstellen.

CallCenterProfi: Camfil bietet 18000 Produkte, in Ihrem Telesales-Team arbeiten acht Leute. Wie kommunizieren Sie bitte diese Vielfalt?

Sandte: Als ich hörte, dass wir 18000 Produkte haben, habe ich auch erst mal gestutzt. Dann habe ich die Produktmanager gebeten, mir aus jedem unserer drei Produktbereiche eine Liste der Top Ten zu erstellen. Bei uns ist es wie in fast allen Unternehmen: Wir machen 80 Prozent unseres Umsatzes mit 20 Prozent unserer Produkte – deshalb funktioniert die Top Ten-Liste sehr gut; alles andere hätte die Mitarbeiter im Call Center auch total überfrachtet.

CallCenterProfi: Und wenn nun doch mal jemand eine Info über das 17455-Produkt haben will?

Sandte: Wenn wir nicht weiterwissen, steigen wir sofort aus und sagen ehrlich, dass wir bei den Ingenieuren nachfragen müssen und uns dann zurückmelden. Das nimmt uns kein Kunde übel.

CallCenterProfi: Worauf sind Sie besonders stolz?

Sandte: Dass es uns gelungen ist, die Bearbeitungszeit von gut zwei Wochen auf eine Stunde zu senken!

CallCenterProfi: Wie das?

Sandte: Früher sind alle Anfragen ungefiltert an die Außendienstbüros gegangen. Kleinere oder nicht so interessante Anfragen blieben dort zunächst mal liegen. Was auch verständlich ist: Natürlich kümmert man sich zuerst um die großen Aufträge und lässt Anfragen, bei denen es vielleicht nur um 200 Euro geht, erst einmal liegen. Deshalb hat es früher

schon mal zwei Wochen gedauert, bis so eine Anfrage bearbeitet wurde. Jetzt landen alle Anfragen zentral bei uns im Telesales, und wir gucken, ob es rein für den Außendienst oder für uns ist. Bei größeren Aufträgen rufen wir die Kunden gleich an, bestätigen den Eingang und geben den Auftrag anschließend an den Außendienst weiter.

CallCenterProfi: Außendienstler von Camfil sind Ingenieure. Wie haben Sie die denn vom Telesales überzeugt? Wie haben Sie die Ingenieure überzeugt?

Sandte: Kurz bevor ich bei Camfil startete, lief eine Mailingaktion. Es war eigentlich ein willensloses Mailing, denn es ging an alle Adressen. Ich habe um die Adressen der Interessenten gebeten, denn da ist die Angst nicht so groß, dass man etwas kaputt macht, und habe diese insgesamt 8000 Nettokontakte von einem externen Call Center nachtelefonieren lassen. Daraus sind 12,5 Prozent Nachfolgeaktionen entstanden – und das hat Eindruck gemacht. Ich wollte zeigen, was man am Telefon erreichen kann. Am Anfang haben wir dann mit Mühe und Not 500 Kundenadressen vom Außendienst bekommen, inzwischen sind es 3500.

CallCenterProfi: Was hat denn Ihr Team zum CAT-Award gesagt?

Sandte: Die sind alle stolz wie Bolle!

CallCenterProfi: Sie waren gerade mit den beiden anderen CAT-Siegern sowie unserer Chefredakteurin Simone Fojut auf der internationalen Kongressmesse ACCE in New Orleans. Wie war's denn?

Sandte: Es war herrlich! Die Amerikaner feiern sich noch ein bisschen mehr als wir. Die Messe bestand nur aus ein paar Ständen, insgesamt war die Veranstaltung sehr gut besucht. Wir waren eine sehr nette Truppe – diese Reise hat sich echt gelohnt!



Camfil Farr: Das Unternehmen

Die mit weltweit über 50 Vertretungen präsen- te Camfil Farr mit Hauptsitz im schwedischen Stockholm ist Spezialist für Reilufttechnik und Luftfiltersysteme. Die B-to-B-Produkte entwickelt, produziert und vertreibt das Unternehmen selbst. Abnehmer sind unter anderem die Lebens- und Nahrungsmittelindustrie sowie die pharmazeutische, chemische, petrochemische und die Automobilindustrie. Für das Jahr 2009 meldet Camfil Farr rund 3 250 Mitarbeiter und einen Gruppenumsatz von 471 Millionen Euro. Die 1966 gegründete deutsche Tochter Camfil im schleswig-holsteinischen Reinfeld führt als Referenzen zum Beispiel DaimlerChrysler, Ferrero, Coca-Cola, Nestlé, die Charité, IKEA oder BASF AG.

mit Bestandskunden, sondern kümmert sich auch aktiv um Neukunden – so beackerte es zum Beispiel den Markt der Seniorenheime.

Engagement wird bekanntlich belohnt: 2009 verbuchte die neue Telesales-Abteilung 333 Neukunden, im ersten Halbjahr 2010 waren es bereits 280. In 2009 erwirtschaftete die Crew allein rund 1,6 Millionen Euro, wovon rund ein Viertel auf Neugeschäft entfiel; für 2010 peilt Lars Sandte 2,3 Millionen Umsatz an. Derzeit rüstet er die Abteilung mit einer neuen ti-Call-Software technisch auf.

Übrigens ist Lars Sandte inzwischen nicht mehr nur Leiter Telesales von Camfil, sondern in Doppelfunktion nun auch Marketingleiter. Strategisch setzt er im Marketing auf eine Kombination aus Print-Mailing und telefonischem Nachfass, zurzeit relaun- chert er gerade die Anzeigenkampagne. Und auch sonst dürfte er alle Hände voll zu tun haben. Seine Leidenschaft hat er dabei nicht vergessen: „Ich versuche, mir einen halben Tag pro Woche am Telefon zu gönnen – mitzu- telefonieren macht mir Spaß.“ Das dürfte ein Geheimnis seines Erfolges sein. ■

Vera Hermes



Wie in jedem Jahr besuchen die CAT-Award-Gewinner gemeinsam mit CallCenter-Profi und Management Circle die internationale Kongressmesse ACCE in den USA. 2010 gastierte der Event in New Orleans.

Fotos: Archiv