

E-Learning in der Praxis

Schulungs- und Weiterbildungsinhalte mit E-Learning zu ergänzen, ist bisher wenig verbreitet. *TeleTalk* fragte E-Learning-Anbieter und Contact Center-Betreiber nach der „gelebten“ Praxis.



Ute Will-Ellinghaus,
Geschäftsführerin der TEMA Gesellschaft für Marketing-Service, Anbieter von Contact Center-Dienstleistungen sowie Beratungs- und Weiterbildungsangeboten.

„Die Schulung unserer Kommunikationsfachkräfte übernehmen Trainer/Coaches aus unserem Geschäftsbereich Schulung/Training. E-Learning ist eine hervorragende Methode in Themenbereichen, die nichts mit Kommunikation zu tun haben. Es gibt viele Disziplinen, in denen ein Bildschirm-Feedback bestens geeignet ist, in maximaler Übereinstimmung mit dem individuellen Lerntempo Wissenslücken zu schließen und sich weiter zu entwickeln. Kommunikative Kompetenz bedeutet jedoch immer, das individuelle Eingehen auf Befindlichkeiten eines Gegenübers. Und diese Befindlichkeiten drücken sich zum Beispiel in Sprechgeschwindigkeit, Betonung, Stimmlage, Satzmelodie, und so weiter, aus. Übungen am Bildschirm mit Aktivitätskontrollen und Multiple-Choice-Tests reduzieren Kommunikation auf eine handwerkliche Ebene. Aber Kommunikation ist eben kein Handwerk, sondern eine Persönlichkeitskompetenz. TEMA Marketing setzt daher auch im Training auf den persönlichen Dialog zwischen Menschen.“



Christof Bollenbeck,
Experte von „The Call Center School“, Anbieter für E-Learning im Call Center.

„E-Learning gewinnt für die Weiterentwicklung von Mitarbeitern in Contact- und Servicecentern zunehmend an Bedeutung. Denn E-Learning-Kurse sind die perfekte Ergänzung zu traditionellen Präsenzs Schulungen. Gerade die Kombination beider Trainingsmethoden erzeugt gewinnbringende Synergieeffekte. Wenn sich Mitarbeiter praktisches Grundlagenwissen bereits vorab durch E-Learning-Kurse aneignen, können Präsenzseminare auf einem deutlich höheren Niveau einsteigen. Gruppenschulungen werden nicht länger durch fehlendes Basiswissen ausgebremst. Stattdessen kann der Fokus sofort auf praktische Übungen, die Klärung offener Fragen und die Vermittlung von Spezialwissen gelegt werden. Auf diese Weise lässt sich viel Zeit und Geld einsparen.“



Beate Middendorf,
Leiterin der Profitel-Akademie, Anbieter von Aus- und Weiterbildungsangeboten für Kundenservice, Kundenbindung und Kundenkontaktmanagement.

„Das Thema E-Learning ist bereits seit längerer Zeit im Fokus der Unternehmen. Vor allem zur Erklärung neuer technischer Produkte oder anderer stark wissensorientierter Themen wurden E-Learnings anfänglich eingesetzt. Anders stellte sich die Situation bislang bei der Vermittlung von Soft Skills dar. Hier war die Call Center-Branche in der Vergangenheit eher zögerlich, was auf verschiedene Faktoren zurückzuführen ist. Einerseits hatten häufig die Betriebsräte Vorbehalte gegen diese neue Art des Lernens, weil sie die Aushebelung von Datenschutzrichtlinien durch die unsachgemäße Verwendung persönlicher Daten befürchteten. Auch viele interne wie externe Trainer standen dem neuen Angebot skeptisch gegenüber, da sie Angst um ihre Existenz bzw. Aufträge hatten. Der wichtigste Punkt ist aber wahrscheinlich das geringe Verständnis der methodisch-didaktischen sowie organisatorischen Anforderungen seitens der Unternehmen. Gerade in diesem Punkt gilt es natürlich auch, geeignete Anbieter zu finden, die die gewünschten Inhalte so aufbereiten, dass die Lernenden sowohl mit Spaß bei der Sache sind als auch die neuen Sachverhalte nachhaltig und vollständig erfassen können. Hier scheint sich jedoch ein Wandel in der Wahrnehmung zu vollziehen.“



Kathrin Redlin
ist Leiterin des Trainingsbereiches bei der Invitel Unternehmensgruppe, einem Anbieter von Contact Center-Dienstleistungen.

„Wir setzen bei unseren beiden Marken Invitel und Simon & Focken derzeit nur bedingt E-Learning-Module bei unseren Agenten ein. Wir sind tatsächlich derzeit in Gesprächen mit verschiedenen Anbietern und lassen uns Möglichkeiten aufzeigen. Grundsätzlich stellt sich dabei für uns eine entscheidende Frage: Wie hoch ist die Akzeptanz der Mitarbeiter für solche E-Learning-Module? Schließlich haben wir es mit einer sehr heterogenen Zielgruppe zu tun. Für die Beantwortung dieser Frage fehlen uns derzeit noch die Erfahrungswerte.“

Grundsätzlich besteht ja zum Thema E-Learning ein sehr geteiltes Stimmungsbild. Häufig fehlen uns bei den Angeboten noch die Möglichkeiten zur Individualisierung. Schließlich haben zahlreiche unserer Kunden spezielle Anpassungswünsche und fachliche Herausforderungen im Zusammenhang mit ihrem Service-Angebot. Für die Ausbildung unserer Agenten und Teamleiter setzen wir ausschließlich eigene Trainer ein.“