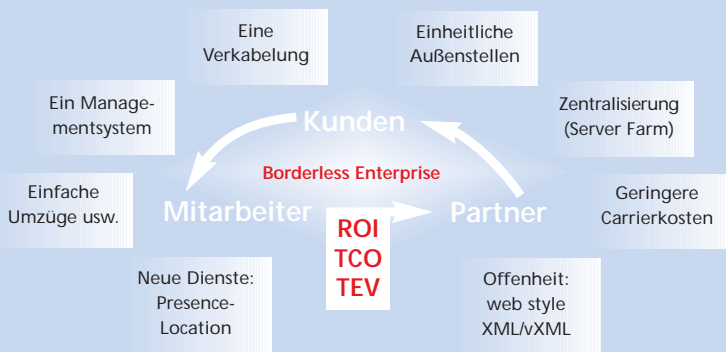


VAF Report

MITGLIEDERMAGAZIN

INFORMATION FÜR MITTELSTÄNDISCHE SYSTEMHÄUSER

Faktoren für den VoIP-Einsatz



IP-Telefonie

Alcatel-Strategie Jörg Fischer über den Wandel vertrieblicher Anforderungen

CeBIT 2004

Das Fachpublikum erobert die Messe zurück. Mittelstandsinitiative gestartet.



Call Center

Effizienzsteigerung im Outbound – Praxisbeispiel der WTG Münster



Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,



wer bei der CeBIT 2004 seinen Blick allein auf die erneut leicht gesunkenen Besucherzahlen und Ausstellungsflächen richtete, übersah das Wesentliche: Der Anteil des Fachpublikums steigt wieder und es gab gute Gespräche, was sich in entsprechend aufgehellter Stimmung

niederschlug. Dies gibt Zuversicht. Ob jedoch tatsächlich eine substanzielle Wiederbelebung der Investitionsbereitschaft vorliegt, wird erst am Ende des Jahres entschieden sein - eine gute Vorlage war die CeBIT dieses Jahr aber allemal.

Große Sorge bereitet uns im VAF das in den letzten Monaten zu beobachtende Durcheinander nach Einführung der neugefassten DIN 14675 für den Brandmeldebereich. Gemeinsam mit anderen Fachverbänden hatten wir über die Bedeutung der Norm informiert. Jetzt kann es nicht sein, dass durch zögerliche, uneinheitliche und verwässerte Umsetzungen ein positiver Schritt in Richtung mehr Transparenz in sein Gegenteil verkehrt zu werden droht. Der VAF misst dem größte Bedeutung bei und ich möchte Ihnen versichern, dass wir mit Nachdruck auf Verbesserungen hinarbeiten. – Wer den Brandmeldemarkt kennt, weiß aber nur zu gut, dass es mit ein oder zwei Gesprächen nicht getan sein wird.

Es gilt, den Blick nach vorne gerichtet zu halten. Darum möchte ich auch die beiden Gastartikel zum Thema Kundennutzen in dieser Ausgabe Ihrer Aufmerksamkeit empfehlen.

Vertriebliche Anforderungen und Chancen im Umfeld von Voice over IP und ein Praxisbeispiel für Systemveredelung im Call-Center. Das sind Themen für spannende Diskussionen, wie sie uns unter anderem auf der Frühjahrstagung und dem Vertriebsleitertreffen beschäftigen werden und ich möchte Sie auch an dieser Stelle herzlich zu den Tagungen einladen.

* Impressum

VAF Report
Mitgliedermagazin und Informationsschrift für mittelständische Systemhäuser
Ausgabe April 2004

Nächste Ausgabe: Juli 2004

Herausgeber:
VAF Bundesverband Telekommunikation e.V.
Otto-Hahn-Str. 16, 40721 Hilden
Tel.: 02103-700-250 (Fax.: -106)
Internet: www.vaf-ev.de, Email: info@vaf-ev.de

Verantwortlich für den Inhalt: Martin Bürstenbinder
Freier Mitarbeiter der Redaktion: Folker Lück, tellyou Presse + PR, Düsseldorf
Gestaltung: StarkDESIGN, Team für visuelle Kommunikation, Nottuln
Druck: Das Druckhaus, Neuss-Büttgen
Bilder: VAF, WTG Communication AG, ArGe Medien im ZVEH, ARAG, eku kabel & systeme

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Editorial	2
CeBIT 2004: Die Entdeckung des Mittelstands	4
CeBIT 2004: Gemeinschaft zeigt Flagge	5
ARAG Elektronikversicherung: Go Hockenheim!	6
Klaus Esser Benefizkonzert	7
Seminar Ankündigung	7
IT-Elektroniker – Aktuelles Informationsmaterial	8
IT-Elektroniker – „Vom Fernmelder zum IT-Elektroniker“ <i>Frank O. Baumeister, ZVEH</i>	8
Sachmängelhaftung: Praxis-Leitfaden ist Pflichtlektüre	9
Nummernverwaltung: Behörde legt dritten Entwurf vor	10
Brandmeldemarkt: Infoblatt zur DIN 14765	11
IP Telefonie: Neue Wege für den Kunden <i>Jörg Fischer, Alcatel</i>	12
Dialer im Call Center: Praxisbeispiel der WTG Münster <i>Folker Lück, Fachjournalist</i>	16
VAF-Spezial – Technik: Ausführungsfalle Glasfaserverkabelung	18
Terminvorschau 2004/2005	19

CeBIT 2004

Die Entdeckung des Mittelstands

Die Messe Hannover musste sich nach der CeBIT 2003 schon etwas gründlicher befragen, welche Botschaften sie für die CeBIT 2004 ausgeben könnte. Zunächst besann man sich auf den Mittelstand. Was ist dabei herausgekommen?

Es war Mitte vergangenen Jahres wahrlich nicht einfach für die Leitung der Messe Hannover an neuen und zugkräftigen Botschaften für die CeBIT 2004 zu arbeiten: Eine belastende Dauerdiskussion um Ausstellerabsagen, stagnierende Umsätze in der Industrie und fehlende Megatrends im Consumerbereich waren wenig inspirierend.



Was liegt da näher, als die Kundengruppe Mittelstand zu entdecken? Das war zwar nicht originell, aber sinnvoll allemal. So wurde denn auch im Spätsommer letzten Jahres die Idee des „Fokus Mittelstand“ geboren und eine gemeinsame Arbeitsgruppe mit dem Arbeitsbereich Mittelstand des BITKOM ins Leben gerufen. „BITKOM lag diese inhaltliche Erweiterung der Leitmesse CeBIT sehr am Herzen und wir haben sie von Beginn an kräftig unterstützt“, kommentiert Heinz Paul Bonn, dessen Vizepräsident und Mittelstandssprecher.

Herausgekommen ist ein durchaus interessantes Konzept: Ein tägliches „Forum Mittelstand“ richtete sich mit Vorträgen und Diskussionen an die Zielgruppe, und wer sich irgendwie verloren fühlte, konnte das Angebot von individuellen Tourenplänen nutzen. Der VAF hatte für dessen Suchindex Begriffe für die typischen Leistungen der Mitglieder geliefert.

Als weiterer Beitrag aus dem VAF war das Mitgliedsunternehmen TELBA AG auf dem Forum Mittelstand vertreten und Holger Häntzschel diskutierte in einem Fachgespräch mit CISCO Sicherheitsfragen von Voice-over-IP. Die Podiumsdiskussion war ein gelungener Programmpunkt, wenn man allein die (sonst leider nicht immer) vollen Zuhörerplätze berücksichtigt.

Fazit

Das Konzept hatte einige Anlaufschwierigkeiten, so waren z.B. kurz vor Messebeginn noch nicht alle Online-Funktionen des Web-Portals



CeBIT Forum Mittelstand: Holger Häntzschel vom Systemhaus TELBA (l.) und Olaf Krohmann von Cisco (r.) im Expertengespräch zur Sicherheit von Voice-over-IP.

„Fokus Mittelstand“ freigeschaltet und konsequent im Marketing der Messe umgesetzt – manch ein Messeteilnehmer wusste im Ergebnis nichts von der Veranstaltungsreihe. Dennoch: Rückblickend kann sich das Pilotprojekt mit 20 % mehr Messebesuchern aus dem Mittelstand um so mehr sehen lassen. Die Erfahrungen sollten in die Planung für 2005 einfließen, um die Bedeutung und Nutzbarkeit eines speziellen Forums für den Mittelstand weiter zu stärken.

CeBIT 2004

Gemeinschaft zeigt Flagge

Das Messe-Engagement hat sich gelohnt! Während noch am Vorabend der CeBIT allgemeine Skepsis und gedämpfte Erwartungen herrschten, konnte überraschend bereits der erste Tag überzeugen.

Die gute Stimmung hielt sich auf dem Gemeinschaftsstand in Halle 27 die ganze Messe über und zeigte die Zufriedenheit mit dem diesjährigen Wandel unter den Messebesuchern: Der lärmende Wochenendstrom von „Geschenkegreifern“ wie in den Vorjahren war nahezu versiegt, dafür herrschte vom ersten Tag an geschäftsmäßiges Treiben - das Fachpublikum erobert die Messe zurück, Geschäftsanbahnung steht wieder im Vordergrund.

Rudolf H. Saken, Vorstandssprecher der Einkaufskooperation GFT, zeigt

sich entsprechend zufrieden. „Der GFT-Gemeinschaftsstand bot in diesem Jahr sehr erfolgreich die Plattform für den Messeauftritt der beteiligten Mitgliedsunternehmen. Auch die vertretenen Lieferanten bestätigten, dass ihre Präsenz auf dem GFT-Stand Ihnen eine sehr effektive Basis bietet, um mit dem ITK-Mittelstand zielgerichtet erfolgreiche Geschäfte zu entwickeln.“

Für den VAF erfüllt die Messe auch noch eine andere Funktion. „Die CeBIT ist immer die erste Großveranstaltung im Jahr, auf der wir in kurzer Zeit mit einer Vielzahl unserer

Mitglieder reden können, seien dies Systemhäuser oder assoziierte Lieferanten“, so Martin Bürstenbinder, Geschäftsführer des Verbandes. „Das ist gut für die enge Abstimmung, denn im März kann man immer noch leicht Projekte in die Jahresplanung aufnehmen.“

*** CeBIT 2005:**
10.03. - 16.03.2005, Hannover
Kontakt für Interessenten/Unter-
steller 2005: Uwe Matulenski, GFT,
matulenski@gft-eg.de



Der Gemeinschaftsstand am Messevorabend.



ARAG Elektronikversicherung

Go Hockenheim!

Die 10 Hauptgewinner des ARAG Vertriebswettbewerbs für VAF Mitglieder werden am 1. - 3. Oktober 2004 ein aufregendes Wochenende beim Finale der Deutschen Tourenwagen-Meisterschaft (DTM) auf dem Hockenheim-Ring erleben. Damit setzt die ARAG ihrem in 2003 ausgebauten Angebot zur Elektronikversicherung in 2004 das i-Tüpfelchen auf.

Der Wettbewerb läuft vom 01.02. bis 31.07.2004 und bereits der erste Monat Februar hat gezeigt: Produkt und Wettbewerb kommen an! Noch ist alles drin, mehr Infos gibt es im ARAG Sonderbereich der VAF Internet-Seite.

Elektronikversicherung - sportlich gesehen.

Unter www.vaf-ev.de finden VAF Mitglieder Infos zum ARAG Wettbewerb und zum Finale der Deutschen Tourenwagen-Meisterschaft.

Neues Material zur Vertriebsunterstützung verfügbar.

Vertriebsunterstützendes Informationsblatt für Ihre Kunden mit positiver Darstellung des VAF Mitgliedunternehmens.

Ideal zur Ergänzung von Angebotsmappen.

Highlight: Wenn Ihr Kunde mit Ihnen einen Wartungsvertrag schließt, entfällt für den Kunden der Selbstbehalt!

Entweder: Download des Infopakets zur Elektronikversicherung im Mitgliederbereich der VAF Internetseite. Oder: Bestellung als Qualitäts-Farbdrucke zum Selbstkostenpreis in der VAF Geschäftsstelle.

Klaus Esser †

Benefizkonzert in Düsseldorf



Am 7. September 2004 ist der 25. Todestag des Unternehmers und engagierten Band-Leaders Klaus Esser, Gründer der „Esser Sicherheitstechnik“, heute Novar GmbH. Mit einem Benefizkonzert der Klaus Esser Bigband am 10. September 2004 soll an ihn erinnert werden.

Novar Geschäftsführer Bernd Heinen, vormals bereits Mitarbeiter von Klaus

Esser, hat seine Teilnahme sowie die Mitwirkung von Novar als selbstverständlich zugesagt und Esser Sohn Rainer Esser schrieb dem VAF: „Einige Ihrer Mitglieder werden sich

sicher noch an die Jazzabende anlässlich von Schulungen in Neuss-Norf im Privatkeller von Klaus Esser erinnern.

Wir würden uns freuen, wenn sie Ihre Mitglieder im Rahmen einer kleinen Notiz über dieses Ereignis informieren könnten (...) und erhoffen uns Kontakt zu Weggefährten und damaligen Mitstreitern zu bekommen.“



Termin:

Freitag der 10. September 2004 um 20:00 Uhr im JazzForum der Stadtparkasse Düsseldorf.

Kontakt:

www.a-tribute-to-klaus.de
Telefon: 0211 39006-11
Email: rainer.esser@efp.de

Schulung

Seminarerfolge werden wiederholt

Neukunden-Akquise

Unter dem Motto „Schwimmen lernt man nur im Wasser“ wurde im März das Training Neukunden-Akquise am Telefon zum zweiten Mal in kurzer Folge in der Hildener Geschäftsstelle durchgeführt. Die richtige Mischung aus Live-Telefonaten mit Adressen aus der eigenen Vertriebsregion, Lehrblöcken, Einzelbetreuung und Gesprächsauswertungen bilden ein Schulungskonzept, wie es praxisnäher nicht sein kann.



Service-Kultur

Im Februar und März fanden wieder die Seminare für Service-Leiter und -Mitarbeiter statt. Das Seminarkonzept wurde vor drei Jahren auf dem VAF-Montage- und Revisionsleitertreffen entwickelt und seit dem in der Hildener Geschäftsstelle und bei Mitgliedsfirmen wiederholt durchgeführt.

Themen sind: Konstruktiver Umgang mit kritischen Situationen beim Kunden, Mitarbeiterführung und Stärkung der vertrieblichen Seiten des Service.



Nächste Termine:

Neukunden-Akquise:
02.-03.11.2004

Service-Kultur:
11.-12.02.2005 (Service-Leiter)
25.-26.02.2005 (Service-Mitarbeiter)

Geschäftsstelle, Hilden

IT-Elektroniker

Aktuelles Informationsmaterial erhältlich

„Was wir machen“ und „was wir sind“ gehört nach wie vor zu den ausschlaggebenden Faktoren für das Berufsauswahlverhalten junger Menschen. Diese haben es aber nicht leicht, aus dem Überangebot vielfältiger Bildungsangebote die „richtige“ Wahl zu treffen.

Damit besteht zugleich für Ausbildungsbetriebe und Berufsberater Bedarf an Informationsmaterial zur Reform der Ausbildungsberufe in 2003. Nutzen Sie die Angebote im VAF Report über Neuerungen, Hintergründe und Ziele und die VAF-Sonderdrucke des gelungenen Materials der ArGe-Medien im ZVEH zur Reform und insbesondere zum IT-Elektroniker.



„Wer macht Was?“

Übersicht zur Reform und den Inhalten der Ausbildungsberufe in Stichpunkten

Zielgruppe: Ausbildungsbetrieb, Berufsberater



„Zeig was in dir steckt“ – Ausgabe: IT-Elektroniker/ -in

Zielgruppe: Jugendliche vor der Wahl der Berufsausbildung

Feld für Firmenstempel vorhanden

PDF-Dateien können auf der VAF Website heruntergeladen werden.

Druckfassungen sind momentan nur als Sonderdrucke in der VAF Geschäftsstelle erhältlich.

„Vom Fernmelder zum IT-Elektroniker“

Frank O. Baumeister, Geschäftsführer im ZVEH



Mit dem „IT-Elektroniker“ (als Kurzform für „Elektroniker/-in Fachrichtung Informations- und Telekommunikationstechnik“) ist in der Reform 2003 ein interessantes und modernisiertes Berufsbild für den ehemaligen Fernmelder entstanden. Damit verbinden sich zahlreiche Erwartungen. Halten aber die modernisierten Konzepte und vermittelten Fachinhalte eine dauerhafte Bewährung aus?

Immer mehr bieten Unternehmen „Leistung aus einer Hand“, um den Marktforderungen gerecht zu werden. Es galt darum in der Ausbildungsreform einerseits einem differenzierten Tätigkeitsspektrum Rechnung zu tragen, andererseits inhaltliche Überfrachtungen zu vermeiden. Mit der Reform wird das erklärte Ausbildungsziel in den Vordergrund gestellt, möglichst weitgehende selbständige berufliche Handlungskompetenz zu erreichen und eine Vielzahl von ange-

passten, praxisorientierten Qualifikationsangeboten zu bieten. Zur Umsetzung hat sich das Modell der Handlungsorientierung angeboten. In verknüpfter Form wird Zusammenhangswissen in ganzheitlichen Projektaufträgen als Zielsetzung fokussiert. Dieses Grundprinzip gilt für die gesamte Ausbildungszeit. Zugleich knüpft sich hieran das Verständnis für alle Ausbildungsabsolventen, sich über die Abschlussprüfung hinaus „lebenslanglich“ weiter zu qualifizieren. Es ist heute

ein Grunderfordernis, sich jederzeit auf neu entstehende berufliche Bedarfslagen einstellen zu können.

Dementsprechend war es auch notwendig, die Prüfungsstrukturen entscheidend zu verbessern. Dabei waren zwingende Strukturvorgaben des Berufsbildungsgesetzes zu berücksichtigen. Durch Erprobung der sogenannten „gestreckten Abschlussprüfung“ konnte erreicht werden, dass bis zur Zwischenprüfung vermittelte Kernqualifikationen

in der Form einer Leistungsfeststellung jetzt wieder honoriert werden können. Die Anrechnungsquote mit 40% auf das Ergebnis der Gesellenprüfung insgesamt ist zwar hoch, aber durchaus gerechtfertigt: mit der Zwischenprüfung wird künftig das Kompetenzbündel einer „Elektrofachkraft“ abgeholt.

Gerade im Ausbildungsprofil „IT-Elektroniker“ ist die seit vielen Jahren praktizierte überbetriebliche Unterweisung inzwischen nicht nur ein höchst anerkannter Teil der Ausbildung, sondern ein ganz erhebliches Qualifikationsargument. Um die Akzeptanz des Instruments der überbetrieblichen Unterweisung

auch künftig zu sichern, wird es auch weiterhin notwendig sein, die fachliche und pädagogische Weiterbildung der Ausbilder zu gewährleisten und eine ständige Modernisierung der Berufsbildungszentren im Interesse der Aktualität und Transparenz der Kurse sicherzustellen. Nur auf diese Weise wird die Kernaufgabe der betrieblichen Unterweisung, neben fachspezifischen Qualifikationen Kompetenz im Sinne von handlungsorientiertem Wissen und Können zu vermitteln, aufrechterhalten.

Mit der aktuellen Namensfindung „IT-Elektroniker/IT-Elektronikerin“ ist es gelungen, Modernität und

Attraktivität zu vermitteln. Die Betriebe werden bei der Heranbildung ihres beruflichen Nachwuchses hiervon profitieren. Durch technologieoffene Formulierungen in den Ausbildungsplänen ist sichergestellt, dass eine differenzierte, gleichzeitig aber auch berufsbildbreite Ausbildung gewährleistet werden kann.

Dass betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse neben Kunden- und Marketingaspekten vermittelt werden, wird dazu beitragen, die Präsenz der Betriebe am Markt nicht nur zu halten, sondern auch auszubauen.

Sachmängelhaftung

Praxis-Leitfaden ist Pflichtlektüre


Vielfach wurde der VAF Leitfaden zur Sachmängelhaftung von Mitgliedern nachgefragt und ist nun seit Februar 2004 verfügbar. Aufbauend auf einem Workshop von Rechtsanwalt F. Manfred Koch während des letzten Montage- und Revisionsleitertreffens wurde der Leitfaden nachträglich mit dem Reader zur Fachtagung zusammengefasst.

Im Ergebnis steht nun eine interessante Arbeitsmaterialie zur Verfügung, die ebenso weitere Ausarbeitungen beinhaltet, wie zum Beispiel eine aktuelle Übersicht zu Technik und Standards von Wireless LAN.

Aus dem Inhalt:
„Sachmängelansprüche bei Geschäften von Systemhäusern mit Unternehmen“

In Form eines „Sieben-Stufen-Checks“ wird exemplarisch der gesamte Prüf- und Abwicklungsprozess von Sachmängelfragen behandelt. Dabei leuchten Beispiele praktische Fallvarianten aus und Grafiken veranschaulichen begleitend die rechtlichen Beziehungen. Besonderer Wert wurde bei dem Leitfaden darauf gelegt, immer das Dreiecksverhältnis Kunde-Systemhaus-Lieferant im Blick zu halten.

Der Text ist ein „Muss“ für jeden Serviceleiter und Geschäftsführer, auch Mitarbeiter im Service profitieren.

 Download des Readers unter www.vaf-ev.de im Mitgliederbereich. Bestellung der Druckversion in der VAF Geschäftsstelle.



Nummernverwaltung

Behörde legt dritten Entwurf vor

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) will die Verordnungsnovelle für die Nummernverwaltung bis Mitte 2004 unter Dach und Fach haben.

Ob dieses Ziel mit einem dritten Entwurf vom 22. Januar noch erreicht wird, ist fraglich.

Erforderlich geworden war die Überarbeitung wegen der mancherorts akuten Knappheit des Nummernraumes und der neuen Multi-Carrier-Umgebung, z.B. zur Regelung der Nummernportierung. (Siehe zum 2. Entwurf auch VAF Report, Dezember 2002.) Auch künftig wird gelten: Die RegTP vergibt Kontingente an Netzbetreiber, welche dann an Endnutzer und TK-Systemhäuser weiter verteilen („abgeleitete Nummernvergabe“). Dies sei eine marktkonforme Lösung, da der Wettbewerb für eine kundenfreundliche Handhabung durch die Carrier Sorge. – Dieser Sicht wird vom VAF nur eingeschränkt zugestimmt, denn die eigene Bürokratie der Netzbetreiber kann den Nutzer mitunter zur Verzweiflung treiben und dessen Entscheidungshintergründe sind vom Kunden nicht immer überprüfbar.

Darauf bezogen ist zu hoffen, dass möglichst bald eine Schlussfassung verabschiedet und veröffentlicht wird. Die in den Entwürfen deutliche Grundlinie, detailliertere Regeln aufzustellen, kann dann zumindest den Fachunternehmen verbindliche Hintergrund-Informationen für Beratung und Beantragung bieten.

Allerdings ist der Zeitpunkt der Verabschiedung wieder fraglich, nachdem ein dritter Entwurf im Januar auf den Tisch gekommen war, unter anderem weil Fragen bei Zusammenschaltung im öffentlichen Netz noch nicht völlig geklärt sind. Kann bei 12-stelligen Nummern immer die technische Realisierbarkeit garantiert werden? Auch Fragen der Anspruchsgrundlagen für gewünschte Ortskennziffern sind noch in der Diskussion.

Informationshilfen der RegTP

Einige Hilfe kann in der anhaltenden „Schwebephase“ der Informationsservice der RegTP bieten, den man über die Internetseite der Behörde erreicht und von dem man in der Regel auch innerhalb weniger Tage klare Auskünfte bekommt. Sollte eine Verhandlung mit dem Netzbetreiber und die Nachfrage beim Service der RegTP nicht zu einem nachvollziehbaren Ergebnis führen, vermittelt der VAF seinen Mitgliedern den direkten Kontakt in das zuständige Referat für Nummernverwaltung der RegTP oder vertritt auf Wunsch das konkrete Anliegen.



www.regtp.de

nummernverwaltung@regtp.de

Brandmeldemarkt

Zertifikate Dschungel

Es hat sich nicht nur bei den Fachunternehmen herumgesprochen: Seit November 2003 ist die Neufassung der DIN 14 675 in Kraft. Mit dem nebenstehenden Flyer haben Verbände darüber informiert und es gibt auch andere Veröffentlichungen dazu. Unternehmen haben mit erheblichen Ausgaben in neue Zertifizierungen investiert und allmählich verbreitet sich die Normkenntnis im Markt. Doch derzeit herrscht ein Zustand, der nicht hätte eintreten dürfen. Völlig abweichende Prüf- und Zertifizierungsverfahren

führen dazu, dass die zentrale Aufgabe eines jeden Norm-Zertifikats beschädigt zu werden droht: Verdichtete Information und zuverlässige Gewähr für einen im Detail unkundigen Auftraggeber oder eine aufsichtführende Instanz, dass jeder Zertifikate-Inhaber den Anforderungskatalog der Norm erfüllt.

Hoffnungen auf schnelle Gewinne und taktisches Vorgehen sollten sich in einem Markt, in dem es um den Schutz von Leben und Sachwerten geht,

verboten. Der VAF sieht sich in dieser Auffassung mit dem BHE, dem Bundesverband der Hersteller und Errichter von Sicherheitssystemen, auf einer Linie und die erforderliche Koordinierung und Beratung in der Sache hat zwischen den Verbänden stattgefunden. In den nächsten Wochen und Monaten gibt es viel zu tun.

Der Flyer zur DIN 14675 (rechte Seite) kann von www.vaf-ev.de heruntergeladen werden.



DIN 14675-Brandmeldeanlagen - Nur zertifizierte Unternehmen dürfen planen, installieren und instandhalten

Nach Ablauf der Übergangsfrist zum 1. November 2003 dürfen Brandmeldeanlagen mit Aufschaltung zur Feuerwehr nur noch von entsprechend zertifizierten Fachfirmen gemäß DIN 14675 geplant, installiert und instandgehalten werden. Betroffen hiervon sind sowohl Fachplaner als auch Fachrichter.

Die DIN 14675 beschreibt Anwendungsregeln für den Aufbau und Betrieb von Brandmeldeanlagen unter besonderer Berücksichtigung von baurechtlichen und feuerwehrspezifischen Anforderungen. Von besonderer Relevanz sind die Anforderungen an die Fachkompetenz der beteiligten Fachfirmen. Die einzelnen, in der Norm dargestellten Phasen

- Planung/Projektierung,
- Montage,
- Inbetriebsetzung,
- Abnahme und
- Instandhaltungen von BMA

dürfen nur noch von zertifizierten Firmen durchgeführt werden. Die Zertifizierung wiederum kann nur von einer dafür akkreditierten Stelle vorgenommen werden. Zum heutigen Zeitpunkt verfügen der VdS, TÜV Rheinland-Brandenburg und TÜV Nord über eine entsprechende Akkreditierung.

Eine konkrete Verbindlichkeit der Anwendung der DIN 14675 im Zusammenhang mit Brandmeldeanlagen ergibt sich insbesondere unter folgenden Aspekten:

- die DIN 14675 hat aufgrund ihres Zustandekommens für sich die Vermutungswirkung, den "Stand der Technik" zu repräsentieren und kann bei Schadensfällen durch Sachverständige vor Gericht als Basis zugrunde gelegt.
- die DIN 14675 gilt bei bauaufsichtlichen Anforderungen bzw. Ausschreibungen, in denen auf die Norm verwiesen wird (bzw. auf den allgemeinen Stand der Technik)
- die wesentlichen Anforderungen, die bisher in den „Technischen Anschlussbedingungen der Feuerwehr“ enthalten sind, werden durch die normativen Festlegungen der DIN 14675 einheitlich ersetzt werden.

Damit ergibt sich die dringende Notwendigkeit, die DIN 14675 mit den erwähnten Anforderungen (insbesondere der erforderlichen Zertifizierung von Firmen) als normative Basis für den Bereich Brandmeldeanlagen zugrunde zu legen.

Daher weisen wir mit allem Nachdruck darauf hin, dass auf die normgerechte Umsetzung der Brandmeldeanlagen zu achten ist um Falschalarme und Störungen an den Anlagen zu minimieren. Zum Schutz von Leben und Sachwerten ist dafür Sorge zu tragen, dass sichere und qualifizierte Anlagen gemäß DIN 14675 gebaut und betrieben werden.

Weitere Informationen zum Zertifizierungsverfahren bzw. generell zur Brandmeldetechnik erhalten Sie auf Wunsch bei den beteiligten Fachverbänden.

IP-Telefonie

Neue Wege für den Kunden

Welche neuen Herausforderungen bringt IP-Telefonie für den erfolgreichen Vertrieb der Systemhäuser? Der hier abgedruckte Gastartikel ist ein Beitrag zu der im VAF geführten Diskussion. Der Autor ist in der Alcatel SEL AG zuständig für Fragen der Strategischen Geschäftsentwicklung in Deutschland und die Consulterbetreuung.

Gastbeitrag von Dr. Jörg Fischer, Alcatel SEL AG

Worum geht es den Kunden?

Das Internet und die IP-Technologien eröffnen mit ihren bereits alltäglichen, aber vor allem mit den neuen Lösungen und Anwendungen völlig neue Möglichkeiten. Geschäftsprozesse werden deutlich beschleunigt und Kunden, die bis dahin als „unerreichbar“ galten, rücken plötzlich in greifbare Nähe.

Kunden brauchen und erwarten für ihre erfolgreichen Geschäftsprozesse Kommunikationslösungen, die:

- höchste Sicherheit und Systemverfügbarkeit bieten,
- effizientes und ökonomisches Arbeiten ermöglichen,
- den flexiblen und mobilen Einsatz von Nutzern und Ressourcen unterstützen,
- einfach und übersichtlich zu betreuen sind.

Wie setzt man diese Eckpunkte von VoIP-Lösungen in erfolgreiche und zukunftsorientierte Strategien für die Gewinnung von Kunden um? Fünf Thesen sollen die Antworten darauf geben.

THESE 1

Die Ziele der Kunden sind klar: Geld verdienen, Geld sparen und Geld finden

Geld verdienen

– mit dem, was das eigentliche Geschäft ist.

Durch komfortablere und effektivere Kommunikationsmöglichkeiten, durch bessere Erreichbarkeit und besseres erreicht werden.

Geld sparen

– bei dem, was und wie man es tut im täglichen Geschäft.

Besonders durch die Einsparung von Zeit, vor allem wenn die Mitarbeiter die für sie notwendigen Informationen dort zu dem Zeitpunkt haben wo sie sich gerade befinden. Genauso aber durch die vielfältigen Möglichkeiten in der Einsparung von Betriebskosten, Vermittlungsgebühren und in der Verwaltung der Kommunikationslösungen – durch Zentralisierung der Services und Applikationen.

Geld finden

– mit dem was man mehr, besser oder neu im Geschäft tun kann.

Neue Dienstleistungen für die Kunden, neue Geschäftsfelder, bessere Wettbewerbspositionierung. Geld finden heißt eben auch – danach zu suchen. Suche nach neuen Ideen und Einfällen: Erfolg (vor allem langfristig) ist der Sieg der Einfälle über die Zufälle. (Chin. Sprichwort)

Am besten lassen sich diese Kundenziele durch mehr Mobilität und Agilität für die Mitarbeiter realisieren. Hierbei geht es um die Steigerung der persönlichen, individuellen Produktivität eines jeden Mitarbeiters und die bestmögliche Integration der Kommunikationslösungen in die Geschäftsprozesse des Kunden. Diese Anforderungen erfüllen am besten IP-basierte Kommunikationslösungen und Applikationen für Sprache, Daten und Video.

Das veranschaulicht die Lebenszyklusabbildung, in der die Marktdurchdringung ausgewählter Technologien über deren Lebenszyklus dargestellt ist. IP-Telefonie ist mit dem Beginn 2004 deutlich aus dem „Tal der Enttäuschung“ heraus. Die ersten großen Kunden setzten klar auf IP-Telefonie. „Klassische“ PBXen sind deutlich auf dem Wege des Abstieges. Neue moderne Technologien, wie Sprachsteuerung und Java-Applikationen für Sprache ziehen nach. Diesen Trends müssen sich Hersteller und Systemintegratoren gleichermaßen stellen.

THESE 2

Kunden wollen und brauchen „OHNE-Lösungen“

Die Kommunikationstechnologie ist zum wichtigsten Produktionsfaktor des Geschäftsalltages geworden. Wir alle leben und arbeiten im ständigen Informationsaustausch, brauchen eine sehr gute Erreichbarkeit und müssen zeitlich und örtlich unabhängig agieren können.

Aus diesem Grund wollen und brauchen die Nutzer Lösungen...

... ohne Zwänge

- mehr rationale als emotionale Entscheidungen
- IP-Telefonie wo es sinnvoll ist
- beim Umstieg auf neue Technologien nach eigenem Zeitplan vorgehen
- bei der Einbindung der Lösungen in ihre Prozesse keine Zwänge

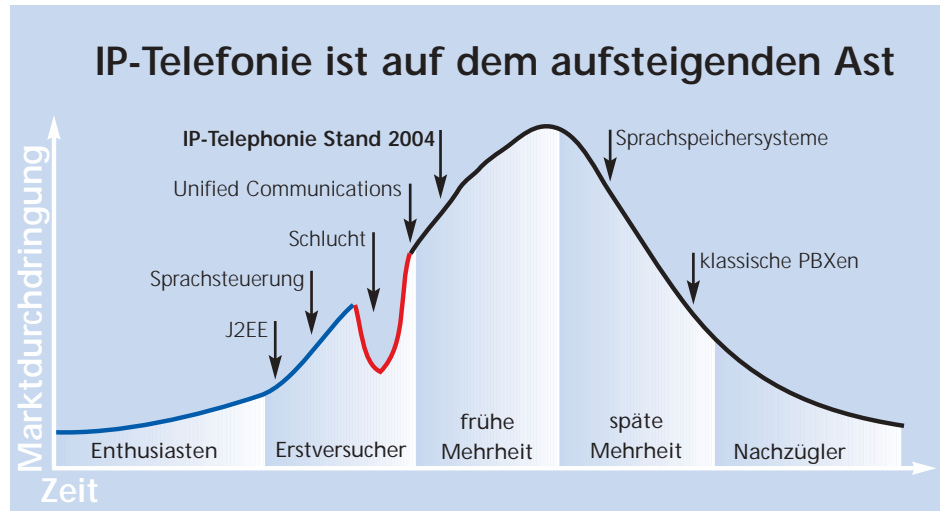
... ohne Kompromisse

- bei der Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit
- in der Skalierbarkeit, Flexibilität und Variabilität
- bei der Leistungsfähigkeit und der Funktionalität
- beim Setzen auf Standards

... ohne Einschränkungen

- durch flexibelste Einsatzmöglichkeiten
- bei den Anschlüssen für Nutzer und
- für die Mobilität – im Büro, von unterwegs, vom Heimarbeitsplatz

... ohne unnötige Investitionen



Die Grafik ordnet die aktuelle Stellung ausgewählter Technologien in den typischen Technologie-Lebenszyklus ein. Die „Schlucht“ markiert Enttäuschungen aufgrund im Anfangsstadium übereilter Hoffnungen, wie sie im „Hype“ des New Economy – Booms entstanden waren.

THESE 3

Das neue Leitbild ist das Grenzenlose Unternehmen

Grenzenlose Möglichkeiten der Kommunikation mit Kunden, Partnern und innerhalb der Firma selbst – das meint hier das grenzenlose Unternehmen, im Jargon: „Borderless Enterprise“.

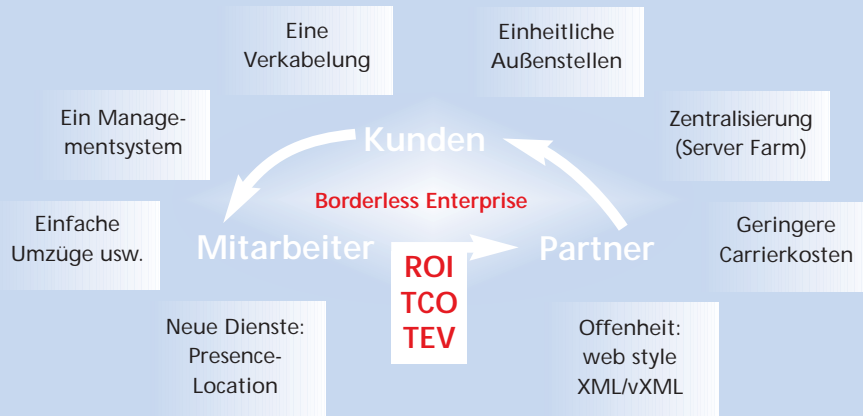
Ein solches Unternehmen ist nun umringt von den wichtigsten Ansatzpunkten und Motivationsfaktoren für den Einsatz von IP-Telefonie (siehe Abbildung auf der kommenden Seite). Nachfolgend werden diese kurz erläutert.

Erläuterung der Faktoren für den VoIP-Einsatz:

- Nutzung einer einheitlichen Verkabelungsinfrastruktur. Einfachere Installation. Übersichtlicheres Systemmanagement. Kosteneinsparungen bei Umzügen usw.

- Einheitliche Ausstattung von Außenstellen, vor allem bei Firmen mit einer sehr starken Filialstruktur. Das bringt deutliche Einsparungen mit der Betreuung und Administration des Gesamtsystems.
- Ein Managementsystem für alle Komponenten, Funktionen und Ressourcen der Kommunikationslösung, angefangen von der aktiven Datentechnik, über die PCXen bis hin zu den Kommunikationsapplikationen – und das von einer zentralen Stelle des Netzverbundes aus. Hier liegt ein großes Einsparungspotential in den Verwaltungs- und Administrationsprozessen.
- Zentralisierung aller Dienste und vor allem Applikationen. Auch die Sprache ist eine Applikation im IP-Netz. Eine zentrale Bereitstellung der Sprachapplikationen bringt Kostenreduktion und -transparenz in den Vermittlungskosten – insbesondere durch bessere Ausnutzung der Carrierverträge.

Faktoren für den VoIP-Einsatz



Das Grenzenlose Unternehmen ist umringt von Ansatzpunkten und Motivationsfaktoren für den Einsatz von IP-Telefonie. Wichtige wirtschaftliche Kennziffern (ROI, TCO, TEV) müssen dabei mit im Blickfeld sein.

- Einfachere Umzüge, Erweiterungen und Änderungen innerhalb des Verbunds der Kommunikationslösungen durch automatisierte Umzugsfunktionen und Funktionen für die „Mitnahme“ von PCX-Funktionen der Nutzer reduzieren die Betriebskosten.
- Geringere Carrierkosten, indem man günstigere Gesamttarife abschließen kann bzw. sich die mit den Carriern abgeschlossenen Tarife besser ausnutzen lassen.
- Es gibt völlig neue Möglichkeiten, wie z.B. für Presence (Anwesenheit) und Location (Lokalisierung).
- Offenheit der Kommunikationslösungen für die Adaption und Anpassung an andere Anwendungen, insbesondere an Web-Applikationen, mittels XML, VoiceXML usw.

THESE 4

Ganzheitliche Betrachtung der Kundenbedürfnisse stellt neue Herausforderungen an die Systemintegratoren

Eine ganzheitliche Betrachtung und Bewertung der Kundenbedürfnisse bezieht sich eben nicht allein auf den direkten **ROI** (Return On Invest), d.h. wann hat sich eine Anschaffung „gerechnet“. Der ROI ist sicher wichtig, aber meist lediglich aus dem kurzfristigen eher technischen, denn wirtschaftlichen Blickwinkel betrachtet. Den ROI kann man vergleichsweise einfach errechnen und darstellen. Meist ist es der direkte ROI mit dem sich die technischen Abteilungen wirtschaftlich positionieren wollen. ROI hat etwas mit Geld verdienen zu tun.

Etwas aufwendiger wird es mit der Analyse und Qualifizierung der **TCO** (Total Cost of Ownership). Herauszufinden, was die tatsächlichen Kosten für das Betreiben und das Benutzen der angeschafften Kommunikationslösungen sind, das ist eine echte Herausforderung. Hierunter fällt z.B. auch, herauszufinden, was es den Kunden „kostet“, wenn die Kommunikationslösungen nicht verfügbar sind – vielleicht wegen einer Störung. Wichtig sind jedoch auch Kosten- und vor allem Zeiteinsparungen, sowie Kostentransparenz. TCO ist das Thema für die Finanzabteilung beim Kunden. TCO hat etwas mit Geld sparen zu tun.

Am komplexesten und am problematischsten ist es jedoch mit dem Kunden über den **TEV** (Total Economic Value) zu sprechen. Der TEV - der wirtschaftliche Mehrwert einer Lösung - das bedeutet die langfristige Sicherung des Unternehmens. Hier geht es um Beständigkeiten und Zukunftssicherheit, es geht um Visionen und Strategien. Die Technik und die Technologie tritt in den Hintergrund. Vielmehr interessieren hier die individuelle persönliche Produktivität eines jeden Mitarbeiters und die Integration der Lösungen in die Geschäftsabläufe und -prozesse. TEV hat etwas zu tun mit Geld finden.

THESE 5

Jeder „Chief“ will überzeugt werden

Also, in der ganzheitlichen Betreuung des Kunden muss man mit jedem der Entscheider, sozusagen den COs, den Chief Officers, reden – und zwar über sein konkretes Anliegen und Ziel.

Überzeugen Sie den..

- CTO – (Chief Technical Officer), den Verantwortlichen für die gesamte Technik und Technologie. Ihn interessiert die technologische Sicherheit der Lösungen – Es muss funktionieren.
- CFO – (Chief Finance Officer), den Verantwortlichen für die gesamten Finanzen (Einkauf). Ihn interessiert natürlich auch der Preis, noch mehr interessieren ihn aber die Betriebskosten und die Kosten der Benutzung des Systems.
- CPO (Chief Personal Officer) in seiner Funktion als Personalverantwortlicher. Er wird hellhörig, wenn es darum geht, welche Veränderungen sich für die Mitarbeiter und auch das Betreuungspersonal ergeben. In welchem Umfang sind Schulungen und Qualifizierungen nötig. Ergeben sich eventuell sogar arbeitsrechtliche oder arbeitsplatzbezogene Veränderungen für die Mitarbeiter, z.B. bei der Einführung von Heim- und Telearbeit.
- CIO (Chief Information Officer), denn ihm geht es um die Informationsbereitstellung. Er ist dafür verantwortlich, dass die richtigen Mitarbeiter, Kunden und auch Partner die richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt im Zugriff haben.
- COO (Chief Organisation Officer), weil es seine Aufgabe ist, die Organisation und die Prozesse (Workflows) innerhalb der Firma abzustimmen und zu steuern. Kommunikationslösungen, die sich einfach und effizient in seine Prozesse integrieren lassen werden immer seine Beachtung finden.
- CEO (Chief Executive Officer), weil er letztendlich die Gesamtsicht auf das Unternehmen hat. Ist er überzeugt davon, dass seine sämtlichen COs die Argumentationen akzeptieren und sich „sicher“ sind? Und wurde ihm dann noch glaubhaft dargestellt, was die neuen Kommunikationslösungen für die erfolgreiche Weiterentwicklung seiner Firma beitragen können? – Dann wird er zustimmen.

Vor allem in mittelständischen Unternehmen ist oftmals eine Person für zwei oder mehrere dieser Funktionen verantwortlich. Umso wichtiger ist es, genau herauszufinden, welche der genannten Funktionen das sind – sonst besteht die Gefahr, dass man schnell aneinander vorbeiredet.

Die Systemintegratoren stehen vor neuen und zugleich sehr aufregenden Herausforderungen – wir sprechen über Gigabit und über Erlang*. Der IP-Backbone wird zum Koppelfeld für vernetzte Sprachapplikationen. Die Konsequenz daraus ist, dass sich die Systemintegratoren in der Zukunft mit beiden Welten, der klassischen TK-Welt und der IP-Welt noch mehr auseinandersetzen.

* Resumé

Die Kommunikationslösungen werden komplexer, deren Technologien und Applikationen wachsen mehr und mehr zusammen – IP-Telefonie ist aus dem „Tal der Verwirrung“ heraus und auf dem aufsteigenden Ast der Marktdurchdringung. Kunden wollen und brauchen Lösungen OHNE Zwänge, OHNE Einschränkungen, OHNE Kompromisse und vor allem OHNE unnötige (Mehr-)Kosten. Die Argumentationen für eine neue, moderne Kommunikationslösung führt immer über den direkten ROI, die TCO und den TEV. Jedes der Argumente braucht den richtigen Adressaten. Es ist also von immenser Bedeutung sich Argumente zurecht zu legen und diese dann bei dem Richtigen der COs zu positionieren.

Autor:
Dr. Jörg Fischer, Alcatel SEL AG, Enterprise Solution Division, Strategische Geschäftsentwicklung in Deutschland und Consultantbetreuung

* Fußnote an ERLANG

Erlang-Formel, benannt nach A. K. Erlang, dänischer Ingenieur zu Anfang des 20. Jahrhunderts; Entwickler von grundlegenden Formeln der klassischen Nachrichtenverkehrstheorie zur Berechnung von Verlustwahrscheinlichkeiten und Wartezeiten. (Anmerkung der Redaktion)

Dialer im Call Center

Der Mehrwert des Kunden

Optimierung von Geschäftsprozessen des Kunden, mit solchen und ähnlichen Formeln wird heute gern ein viel beschworener Erfolgspfad für zukunftsorientierte Systemhäuser beschrieben. Doch was ist daran eigentlich das innovative Element? Wie sehen Beispiele in der Praxis aus? In lockerer Abfolge berichtet der VAF Report über erfolgreiche Projekte und stellt in dieser Ausgabe ein Beispiel für die Effizienzsteigerung im Call Center durch Einsatz intelligenter Dialer vor.

Author: Folker Lück

„In den vergangenen Jahren stand häufig das Thema Inbound, also Services für eingehende Anrufe, im Vordergrund“, so Jens Pfeifer, Managing Consulter bei der WTG. „Lösungen hierfür sind auf dem Markt etabliert und der Kunde hat in der Regel recht klare Vorstellungen, aus denen sich das Angebot ableiten lässt. Das wirklich interessante Potential liegt heute im Outbound-Bereich.“ Solche Fragen beschäftigen die WTG Communication AG und das aus gutem Grund, denn sie gehört zu den Systemhäusern, die bereits seit Jahren einen ihrer Schwerpunkte auf das Geschäft mit Call Center – Kunden gelegt haben. Die WTG ist darum auch einer der wenigen Goldpartner des Herstellers AVAYA in Deutschland, von dem hierzulande nur wenige außerhalb der Branche wissen, dass AVAYA auch in Westeuropa einer der führenden Hersteller von Hard- und Software für Call Center Lösungen ist.



*
„Wieder im Aufwind“

Als gut bis sehr gut bewertet der Verband Call Center Forum Deutschland die Geschäftsaussichten der Branche für 2004. Wachstumspotentiale liegen laut einer Umfrage unter den Mitgliedern vor allem im aktiven Verkauf sowie in verschiedenen Dienstleistungen rund um das Thema Kundenbindung. Eine Verschärfung der rechtlichen Rahmenbedingungen könnte allerdings die positiven Aussichten im Outbound-Bereich dämpfen. www.call-center-forum.de



Schulz, Geschäftsführer der Data Contact GmbH in Gelsenkirchen. Mit welchen Weichenstellungen sollte bzw. könnte der Erfolg seines Outbound-Geschäfts gesteigert werden? Geschäftsmann Schulz wandte sich bei seinen Überlegungen auch an die WTG, die bereits seine Telekommunikation betreute.

Ralf Ostendorf, Geschäftsstellenleiter der WTG in Münster erläutert die Herangehensweise der WTG. „Wir müssen dem Kunden genau zuhören und verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Ziele für ihn im Vordergrund stehen. Dieses Zuhören ist natürlich eng verbunden mit Fragen seiner Geschäftsprozesse und deren Optimierungspotentiale. Das war auch hier der Ansatz, und unsere Erfahrungen in der Call Center Branche kommen uns bei diesen, ganz auf den betriebswirtschaftlichen Bedarf des Unternehmens ausgerichteten Gesprächen zugute.“ Und weiter: „Erst auf der Basis eines genauen und gemeinsamen Verständnisses über die Ziele, Prozesse und Potentiale macht es Sinn, gemeinsam

Der Erfolg des Kunden

Wie lassen sich im Outbound die von Jens Pfeifer angesprochenen neuen Potentiale erschließen? Dies ist zunächst und primär eine Frage, die sich das Management des Call Centers selber stellt. Dabei gilt gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten, dass die Geschäftsleitung in der Regel zugleich Kosten sparen und die Qualität der Leistungen halten will, wenn möglich auch steigern. Diese Ziele stellte sich auch Marcus

* Eingesetzte Lösung

Zum Einsatz kam das Interaction Center von AVAYA (AIC) als Multi-Kanal-Lösung (Integration Sprache, Email, Fax) mit einem intelligenten Soft-Dialer als plattformeigenem Modul. In der Ausprägung als Predictive Dialing System ermöglicht dies eine automatisierte und synchronisierte Anwahl vordefinierter Rufnummernlisten. Leerlaufzeiten werden reduziert, die Anzahl der zielführenden Teilnehmerverbindungen pro Stunde erhöht.

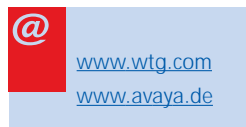
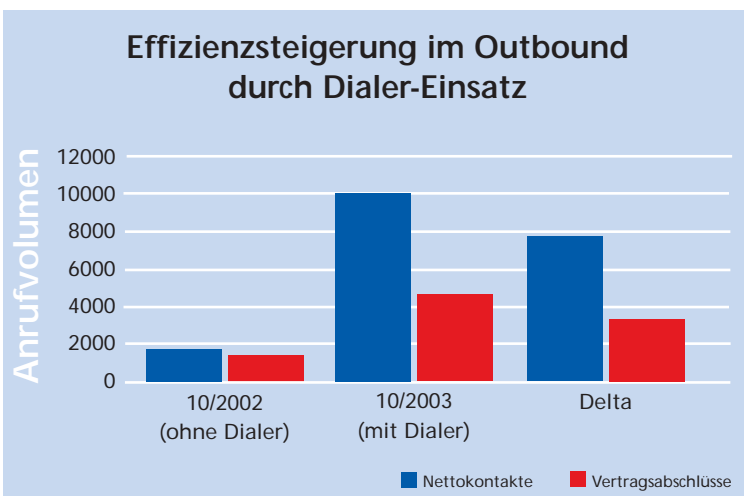
Beim Aufbau von abgehenden Verbindungen erkennt das System, ob an der Gegenstelle der Kunde persönlich abnimmt oder ein Anrufbeantworter, ob die Gegenstelle belegt ist oder ob der Anruf nicht angenommen wird und reagiert nach den jeweils gültigen Vorgaben. Nach Auswertung von Echtzeit-Leistungsdaten schätzt das System dabei ab, wann ein Agent für das Gespräch mit einem Kunden bereit ist.

Die offene Architektur sorgt für eine einfache Anbindung an andere Call-Center-Komponenten, wie etwa ACD (Automatic Call Distribution), IVR (Interactive Voice Response) und Host-Computer.

mit dem Unternehmen Services und technische Lösungen zu definieren, die seine Ziele voranbringen werden.“

Dass dieses Herangehen für alle Beteiligten zu einem fruchtbaren Ergebnis führte, wird von Marcus Schulz bestätigt: „Zusammen mit der WTG

haben wir eine für uns maßgeschneiderte CRM Lösung gefunden und realisiert, die uns überzeugte. Unsere im Jahresvergleich 2003 zu 2002 nachweisbare Effizienzsteigerung im Outbound bestätigt jetzt unsere Begeisterung mit Zahlen.“



Nettokontakte: Zuwachsfaktor 4 bis 5
 Vertragsabschlüsse: Zuwachsfaktor 3 bis 4
 Anzahl der Agenten: unverändert 25

VAF Spezial – Technik

Ausführungsfalle Glasfaserverkabelung

Landläufig wird heute in Inhousesetzen Glasfasertechnik als Backbonestruktur genutzt und eingebaut. Doch wer hat noch den Überblick nach der Neuordnung der Glasfaserleistungsklassen in der letzten Ausgabe der Norm?

Welche Faser für welche Anwendung? Wann nehme ich Multimode, wann setze ich in der Ausführung auf Singlemode? Welcher Stecker ist der Richtige und warum geben verschiedene Hersteller unterschiedliche Werte an? Was passiert, wenn ich Übertragungskomponenten mit höheren Geschwindigkeiten einbauen muss?

Bekanntlich steckt der Teufel im Detail und schon kleine Fehlkonzipierungen können das Zusammenwirken der Komponenten beeinträchtigen oder

auch zu kostenintensiven, weil überdimensionierten Lösungen führen. Auch für die richtige Interpretation von Ausschreibungstexten und das Erkennen der entscheidenden Differenzierungsmerkmale ist es nützlich, über Detailwissen auf dem neuesten Sachstand zu verfügen.

Der VAF hat darum Dipl.-Ing. Stefan Schreiber von eku Kabel&Systeme gebeten, in einem „Glasfaser Spezial“ herstellerunabhängig, kurz & knapp Antworten zu geben.



Download von „Glasfaser Spezial“ unter www.vaf-ev.de im Mitgliederbereich.

PANASONIC- Anzeige 1/2

Terminvorschau 2004 + 2005

29.-30.04.2004	Frühjahrstagung	Mitgliederversammlung	Berlin
25.-26.06.2004	Vertriebsleitertreffen	Fachtagung	München
30.09-01.10.2004	Herbsttagung	Mitgliedertagung	München
01.-03.10.2004	ARAG Wettbewerb	Incentive	Hockenheim-Ring DTM
02.-03.11.2004	Neukunden-Akquise am Telefon	Seminar	Hilden
05.-06.11.2004	Montage- und Revisionsleitertreffen	Fachtagung	Osnabrück
11.-12.02.2005	Serviceleiter „Gelebte Servicekultur“	Seminar	Hilden
25.-26.02.2005	Servicemitarbeiter „Gelebte Servicekultur“	Seminar	Hilden
02.-03.03.2005	Neukunden-Akquise am Telefon	Seminar	Hilden
10.-16.03.2005	CeBIT	Messe	Hannover
28.-29.04.2005	Frühjahrstagung	Mitgliederversammlung	Mainz
27.-28.06.2005	Das harte Verkaufsgespräch	Seminar	Hilden

Angaben ohne Gewähr, aktuelle Auskünfte in der VAF Geschäftsstelle.

PLATZ

Anzeige 1/1