

# Abwechslung und Dynamik: Alltag im Atupri Call Center

## Zur Person



**Raffaele Ginardi – ein multikultureller Berner**  
raffaele.ginardi@atupri.ch

Raffaele Ginardi wurde 1979 in Bern als Sohn eines Sizilianers und einer Deutschen geboren und wuchs in Ausserholligen auf. Vor drei Jahren heiratete er Diana, auch sie eine Bernerin, aber mit Wurzeln in Spanien, Galizien. Das Paar wohnt in Bern-Bethlehem, ganz in der Nähe der Eltern und weiterer Familienangehöriger: «Wir sind ein richtiger Multikulti-Mix und pflegen das Familienleben. Oft sitzen wir alle zusammen an einem grossen Tisch und geniessen gemeinsam ausgiebige Mahlzeiten und lebhaftes Gespräch. Eine Familie ist etwas Wunderbares!»

Seine andere Leidenschaft gehört dem Sport und schnellen Fussball; zur Zeit kickt er in der 3. Liga des FC Holligen. Auch dies eine «Familienangelegenheit»: Als Raffaele noch bei den Junioren spielte, war Vater Ginardi sein Trainer.

Der erste Kontakt zu Atupri entsteht zwar immer häufiger via Internet, doch nach wie vor auch per Telefon. Darum widmen wir das aktuelle Backstage einem Mitarbeiter des Atupri Call Centers: Raffaele Ginardi. Kommunikation ist eine seiner Stärken: Er spricht vier Sprachen und telefoniert täglich bis über hundert mal. Mit seiner einfühlsamen und gelassenen Art sowie seiner Begabung, auch komplizierte Zusammenhänge verständlich zu erklären, entspricht er absolut nicht den Vorurteilen, die zum Teil gegenüber Call Center Mitarbeitenden bestehen.

Als langjähriger Mitarbeiter des seit sieben Jahren bestehenden Call Center Bern ist Raffaele Ginardi ein echter Profi. Wir fragten seinen Vorgesetzten Andrea Santamaria: Wer ist für die Arbeit in einem Call Center geeignet? «Es ist einfacher zu sagen, wer es nicht ist, nämlich überempfindliche und verschlossene Menschen, die nicht gerne kommunizieren. Für sie ist ein dynamischer Arbeitsplatz wie das Call Center zu hektisch und anspruchsvoll. Raffaele Ginardi bringt das richtige Rüstzeug mit, er hat ein perfektes Fachwissen, viel Erfahrung, ist offen für Neues und hat eine hohe Selbstmotivation. Also die richtigen Voraussetzungen.»

Wir wollten mehr über den Arbeitsalltag von Raffaele Ginardi erfahren und auch einen Blick hinter die Kulissen, in sein Privatleben, werfen.

**Was macht die Arbeit für Sie in einem Call Center so interessant?**  
«Primär schätze ich den Kontakt zu den Menschen. Die Beratung von neuen oder bestehenden Kundinnen und Kunden ist interessant, weil jeder Mensch anders ist und ich immer wieder mit neuen Fragestellungen und individuellen Situationen konfrontiert werde.»

**Also verbringen Sie den ganzen Tag am Telefon?**  
«Nein, das ist ein Klischee. Die Arbeit im Call Center besteht nur zum Teil aus Telefonieren. Das Bearbeiten von Mails, Versicherungsanträgen und Mutationen sowie diverse Aufgaben im Offertewesen gehören ebenso dazu. Auch die Jahreszeit entscheidet, welche Aufgaben im Vordergrund stehen. Diese saisonale und inhaltliche Abwechslung macht diesen Job so reich. Langweilig ist es uns nie!»

**Sie stehen auch mit bestehenden Kunden in Verbindung?**  
«Ja. Wir beraten bestehende Kundinnen und Kunden, bei welchen wir eine Optimierungsmöglichkeit ihrer Versicherungssituation erkennen. Das ist etwa jetzt, nach Einführung von Mivita, der Fall. Wir erläutern die neuen Vorteile und stellen eine Offerte aus. Rund 10 Tage später nehmen wir wieder Kontakt auf und gehen mit der bzw. dem Versicherten die Offerte im Detail durch.»

**Mit welchen Herausforderung werden Sie konfrontiert?**  
«Die Versicherten sind nicht immer erreichbar. Manchmal benötigt es mehrere Anrufe, bis das Zweitgespräch zustande kommt. Und: nicht jeder Anruf ist willkommen. Aber davon darf man sich nicht frustrieren lassen. Gute Arbeit wird auch belohnt: es gibt viele Anrufende, die sehr positiv und angenehm reagieren.»

**Wie steht es mit Beschwerden?**  
«Ja, die gibt es ab und zu und wir gehen korrekt auf diese ein. Gute Reklamationsbehandlung ist der Schlüssel für eine nachhaltige Kundenbeziehung, und nicht selten handelt es sich dabei um kleine Missverständnisse. Wichtig ist auch meine innere Einstellung: Kritik darf man nicht allzu persönlich nehmen, denn sie betrifft ja nicht mich, sondern eine Sache.»

**Gibt es auch Zeiten, in denen der Draht bei Euch besonders «heiss» läuft?**  
«Der grösste Run auf unseren Leitungen ist sicher im Herbst, wenn der Kassen- und Grundversicherungswechsel möglich ist. Ab September steigt das Informationsbedürfnis insbesondere potenzieller Kundschaft jeweils rapide an.»

Als Call Center wird ein Unternehmen oder eine Organisationseinheit bezeichnet, die Marktkontakte telefonisch herstellt: aktiv (outbound) oder reaktiv mit der Entgegennahme von Anrufen (inbound). Ein Call Center setzt neben Serviceangeboten auch häufig Telefonverkauf als Form des Direct Marketing operativ um. Die Entwicklung professioneller Call Center begann in den 1970-ern in den USA. Erste Branchen, die diese Möglichkeit des Kundenkontaktes nutzten, waren die Touristik und, natürlich, die Telefonie. Gute Call Center Mitarbeitende, «Call Center Agenten», müssen freundlich, ausdauernd und stressresistent sein. Umso mehr, als die so genannten Outbound-Calls zunehmen. Es bedarf darum eines hohen Einfühlungsvermögens, weil bei Outbound-Kontakten die angerufenen Personen auf den Dialog nicht vorbereitet sind.

**Welches Thema beschäftigt die Kundschaft aktuell?**  
«Jetzt, wie erwähnt, unsere neue Zusatzversicherung Mivita. Sie ist nicht mit den üblichen Zusatzversicherungen vergleichbar, sondern bietet eine Versicherungslösung, die einerseits viele Bedürfnisse zusammenfassend abdeckt und andererseits Lebensphase und Geschlecht völlig individuell behandelt. Wie alles Neue, muss auch Mivita zum Teil ausführlich erklärt werden.»

**Und welche Fragen ergeben sich daraus?**  
«Was die Kundschaft auf den ersten Blick vor allem wahrnimmt, sind die Vorzüge der Versicherungsleistung im Ausland, in der Zahnpflege, die Alternativmedizin, die Verhütung sowie der automatische Leistungswechsel nach Lebensphasen. Doch Mivita ist natürlich viel mehr. Gerade die flexible Kombinationsmöglichkeit macht Mivita sehr vielfältig. Wir helfen unseren

Kundinnen und Kunden vor allem dabei, eine bessere Übersicht zu erhalten und zeigen Optionen auf, die sie nutzen können.»

**Apropos Lebensphasen – Sie sind ja diesen Sommer 28 geworden. Wo sehen Sie sich mit 35?**  
«Ich fühle mich wohl in meinem Beruf und werde dem Gesundheitswesen sicher treu bleiben. Meine KV-Lehre habe ich bei einer Firma für Rehab-Produkte absolviert. Danach habe ich bei der IV gearbeitet und bin nun seit einigen Jahren bei Atupri. Die Versicherungsbranche gefällt mir sehr.»

**Und Ihre privaten Ziele?**  
«Am liebsten würde ich Kinder haben – ein Mädchen und einen Jungen. Ich bin ein ausgeprägter Familienmensch – meine Familie ist das wichtigste im Leben.»

**Raffaele Ginardi, wir danken Ihnen für das Gespräch!**



# Grosser Zuspruch für Mivita!

Im vergangenen April lancierte Atupri neue Zusatzversicherungen – allen voran die Innovation Mivita. Gut ein halbes Jahr nach Lancierungsbeginn stellen wir erfreut fest, dass die hoch gesteckten Erwartungen übertroffen wurden. Die Idee Mivita überzeugt und setzt sich durch.



**Beat Brun**  
Leiter Marketing  
beat.brun@atupri.ch

Nach minuziöser Planung und Produktgestaltung erfolgte im April 2007 endlich der Startschuss für die Innovation Mivita: Alle Kundinnen und Kunden der Atupri, welche bereits eine Zusatzversicherung

Diversa, Spital Kombi oder Spital abgeschlossen haben, erhielten per Post ein persönliches Angebot für den Wechsel zur Kompaktlösung Mivita ab 1. Januar 2008. Hinzu kam ein Spezialangebot: wer sich vor Ende August 2007 für Mivita entscheiden konnte, erhielt die ersten zwei Mivita-Monatsprämien (Januar und Februar 2008) als Willkommensgeschenk. Ein kostenloser Einstieg also.

**Erfreuliches Echo**  
Während den vier Monaten der Lancierungsphase gingen bei der Hotline 0844 288 774 über 15'000 Telefonanrufe von Versicherten ein. Sehr oft zeigten sich Kundinnen und Kunden über den grossen Leistungsumfang sowie das Lebenspha-

sen-Modell von Mivita überrascht. Die häufigsten Fragen und Antworten thematisierten

- die Vorteile von Mivita
- die Versicherungsleistungen (pro Lebensphase und generell)
- den Familienrabatt
- den Prämien- und Leistungsvergleich (neue/bisherige Versicherungen)

Vielfach kamen aber auch Anfragen zu den neuen Zusatzversicherungen Comforta (Spitalzusatz) und Denta (Zahnbehandlung und Zahnstellungskorrekturen). Rund 20'000 Atupri Versicherte haben sich für einen Versicherungswechsel entschieden. Das grosse Interesse für die neuen Produkte hat unsere Erwartungen klar übertroffen. Atupri dankt diesen Versicherten für ihr Vertrauen!

**Rege Nachfrage bei Neukunden**  
Seit September tritt Atupri mit der Innovation Mivita auch im

Markt aktiv auf. Die Resonanz zu den Werbe- und Verkaufstätigkeiten ist gross. Das zeigt sich auch bei den Besuchszahlen auf atupri.ch: die Rubriken Zusatzversicherung und Mivita werden in grosser Zahl

angeklickt. Das gilt übrigens auch für die Grundversicherung – bei welcher die Prämien per 2008 stabil bleiben (siehe auch Beitrag Seite 3) – und natürlich für die benutzerfreundliche Online-Offerte.

atupri.ch Sicher. Verbunden. Innovativ.

**Mivita, die neue Zusatzversicherung**

Mit mehr Leistungen, je nach Lebensphase und Geschlecht

Offerte auf atupri.ch oder ☎ 0844 822 122

Krankenkasse atupri