

PREMIUMcommunications Group wird avocis / Die Marke avocis sorgt ab sofort für klare und transparente Strukturen

Berlin, Tägerwilen (ots) - Die PREMIUMcommunications Group bündelte bisher die Einzelmarken theBEEcompany, adm.group, SIM Communication, DIMA Systems, TELAGcompany und MEDICcompany. Um die Stärke dieser Einzelmarken transparenter zu machen und komplexe Aufgaben im Verbund zu erfüllen, firmiert das Unternehmen jetzt unter der Dachmarke avocis. Damit setzt das Unternehmen, das im letzten Jahr den Umsatz von 164 Millionen Euro auf 180 Millionen Euro steigern und einen zweistelligen EBITDA erzielen konnte, seine seit 2002 bestehende Erfolgsgeschichte weiter fort. Die Call Center World, die ab kommenden Montag in Berlin stattfindet, nutzt avocis, um sich Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit unter dem neuen Namen vorzustellen.

Aufgrund seiner Größe und Marktanteile zählt avocis zu den drei größten Kommunikationsdienstleistern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Leistungsspektrum der avocis bildet alle Formen des Kundenservices ab: Dazu gehören im Inbound-Betrieb alle Themen rund um Information, Beratung sowie Second-Level Helpdesk. Im Outbound-Betrieb reicht das Dienstleistungsspektrum von Leadqualifizierung über Cross- und Upselling bis zu Aftersales-Betreuung und Außendienstunterstützung. In Ergänzung zu der Kernkompetenz im Bereich Callcenter bietet avocis darüber hinaus weitere integrierte Serviceleistungen an. An 14 Standorten in Deutschland und in der Schweiz werden komplexe Projekte für Kunden umgesetzt, branchenspezifisch und multilingual.

"Durch die Umstellung auf eine einzige Marke wird für unsere Kunden noch klarer, welches umfassende Leistungsspektrum sie bei uns abrufen können und welche Serviceoptionen sich für sie in der Wertschöpfungskette ergeben, und das ganz ohne Reibungsverluste. Damit folgen wir dem Prinzip: one face to the customer", fasst Marcus Meloni, CEO von avocis, die Vorteile der Markenumstellung zusammen.

Weiterer Ausbau von Services mit hohem Komplexitätsgrad

avocis spricht "mit einer einzigen Stimme, aber jeweils in kundeneigenen Tonarten" (Marcus Meloni) zu seinen Klienten, die aus einer Vielzahl von Branchen kommen. Das Spektrum reicht von Banken und Versicherungen über Telekommunikations- und Medienunternehmen bis

hin zu Energiewirtschaft, Handel und Gesundheitswesen. "Wir werden in diesen Schwerpunkt-Branchen unsere Position und unser Portfolio weiter entwickeln", erklärt Albert Klotz, Vorsitzender der Geschäftsleitung avocis Deutschland. Dabei geht es nach seinen Worten in erster Linie um den weiteren Ausbau von Services mit einem hohen Komplexitätsgrad. Aber auch neue Dienstleistungen sind unter dem einheitlichen Markendach geplant, beispielsweise im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen.

Kundennähe als oberste Maxime

avocis realisiert diese umfassenden Serviceleistungen zwar unter einer Marke, aber durch regional und funktional spezialisierte Einheiten, und kann so auf die unterschiedlichen Kundenwünsche individuell eingehen. Mit der neuen einheitlichen Markenstrategie bündelt das Unternehmen sein Know-how in neuen Organisationseinheiten wie avocis-health care oder -finance. Dazu gehört beispielsweise ein Account-Management-Team, das nicht nur der erste Ansprechpartner für die strategischen Kunden ist, sondern vor allem auch die Kunden bei der Identifizierung neuer Wertschöpfungspotenziale berät. "avocis wird - wie schon bisher - die Kundennähe als oberste Maxime haben. Durch die Markenumstellung werden wir diese Maxime aber sehr viel deutlicher kommunizieren können", ist sich CEO Marcus Meloni sicher.

Über avocis:

Der Grundstein für das Unternehmen wurde 2002 in der Schweiz gelegt. Nachdem sich die Einzelmarken theBEEcompany, adm.group, SIM Communication, DIMA Systems, TELAGcompany und MEDICcompany nach und nach in der PREMIUMcommunications Group zusammenschlossen, vereint die Marke avocis diese seit Anfang 2011 unter einem Dach. Das Portfolio des Kommunikationsdienstleister umfasst im Inbound-Betrieb Leistungen wie Information, Beratung sowie User Helpdesks im Second- und Thirdlevel. Im Outbound-Betrieb reicht das Dienstleistungsspektrum von Leadqualifizierung über Cross- und Upselling bis zu Aftersales-Betreuung und Außendienstunterstützung. Das Unternehmen hat 14 Standorte und bietet seine Dienstleistungen sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz an. Das Spektrum der internationalen Kunden reicht von Banken und Versicherungen über Telekommunikations- und Medienunternehmen bis hin zu Energiewirtschaft, Handel und Gesundheitswesen.

Rückfragehinweis:

~

Kafka Kommunikation GmbH & Co.KG
Susanne Sothmann
Janina Rogge
Mail: ssothmann@kafka-kommunikation.de
jrogge@kafka-kommunikation.de
Tel.: 089-74747058-0
Fax: 089-74747058-20

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE83276/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0074 2011-02-18/10:32

181032 Feb 11

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20110218_OTS0074