

Et fælles ansvar og udbytte

Med Danmarks største bogklub har Gyldendals Forlag valgt at outsource al deres opsøgende salg hos eksterne samarbejdspartnere. Siden 2010 har det indbefattet The Call Company, som igennem årene har udviklet sig til et tæt samarbejde med et fælles ansvar om at lykkes og et fælles mantra for samarbejdet, der hedder "Alle skal have noget ud af det".

Gyldendals Forlag har siden 2010 samarbejdet med The Call Company om at skaffe medlemmer til deres bogklub, som har været koncentreret omkring winback på tidligere medlemmer. Selvom Gyldendals Forlag har haft på tale, om de skulle in-source deres telemarketing, har de valgt at køre det eksternt for at koncentrere sig om produkterne frem for den daglige drift af salgsarbejdet.

"Det er ikke fordi, at det ikke kunne lade sig gøre med et internt setup. Det ville bare kræve flere hænder og kompetencer selv at skulle stå med projektstyring, salgstræning og hele den del, der handler om ledelse og motivation af medarbejdere. Som det er nu, kan vi nøjes med at have mig ansat til at gå ned i detaljen omkring samarbejdet med The Call Company og de øvrige partnere og fokusere meget mere på det slutprodukt, der kommer fra dem", forklarer Brian Thim Kromann Jensen, som er Head of TM and Partners hos Gyldendals Forlag.

Man er to til tango

Da Brian blev ansat hos Gyldendals Forlag for lidt over et år siden, blev han positivt overrasket over, hvor meget der var tale om et partnerskab og samarbejde med The Call Company. Det var nemlig ikke noget, han havde oplevet i telemarketingbranchen før.

"Jeg er positivt overrasket over, hvordan et samarbejde med The Call Company fungerer, for det er jo rent faktisk et partnerskab, hvor det handler om at finde en fællesnævner. Det jeg tidligere har erfaret i branchen er, at partnere oftest skal ned på knæ og tigge og bede, og at de bare skal være taknemmelige for at være partnere. Sådan er det slet ikke her. Der oplever jeg klart, at man er to til tangoen, og det er fedt. Jeg får jo ikke noget ud af i længden at tale om, at prisen bare skal være billig og presse dem. Det er et ustabil setup, for vi skal jo alle have noget ud af det", fortæller Brian.

Engagerede medarbejdere med et højt produktkendskab

Foruden ugentlige samtaler mellem Brian og The Call Company består samarbejdet også af, at Gyldendals Forlag kommer på besøg så ofte de har lyst og lærer salgslederne at kende og får en snak med de salgsagenter, der sidder og ringer på deres projekter.

”Jeg har et klart indtryk af, at The Call Company har nogle folk, der interesserer sig for det produkt og den verden, de sidder med. Jeg kunne for eksempel sagtens ringe til Mariam og Anna, som er salgsledere, og spørge ind til hvilke bøger, der rører sig, og hvilke de godt kunne tænke sig at have med på salgslisten, og så ville de i løbet af dagen komme med et kvalificeret bud. Det oplever jeg ikke, at vores andre partnere gør ligeså proaktivt, og derfor har jeg prikket lidt til dem i år og fortalt den gode historie om The Call Company – og så sker der som regel noget hos kollegerne i markedet”, udtaler Brian med et smil.

I forlængelse heraf mener Brian, at professionalitet drejer sig om, hvordan man bærer sig selv fra ledelsen og nedefter.

”Jeg sammenligner på kryds og tværs de partnere, vi bruger, og det der er kendetegnet for mig ved The Call Company er, at det er en professionel drevet virksomhed. Og det giver jo noget tryk for Gyldendals Forlag”, afslutter han.

Fakta om samarbejdet:

The Call Company ringer på winback og leads for Gyldendals Forlag og behandler i gennemsnit 20.000 kundeemner om måneden.

I dag sidder der fast mellem 15-20 fuldtids- og deltidsmedarbejdere hos The Call Company, som er tilknyttet de forskellige projekter for Gyldendals Forlag.

Om The Call Company A/S

The Call Company's kerneprodukt er at håndtere kundeservice og telemarketing for andre virksomheder. Ydelserne er ikke fastlåst til specifikke brancher eller produktområder. Således er der tale om en virksomhed, der spænder bredt i kompetencer og ydelser.

Kundelisten tæller blandt andre Gyldendal, Carlsberg, Energi Midt, Greenpeace, Call me, Folkekirkens Nødhjælp, Bonnier Publications, Red Barnet m.fl.. The Call Company beskæftiger ca. 160 medarbejdere og har eksisteret siden 1/7 2010.



**THE
CALL
COMPANY**
YOUR CALL, OUR BUSINESS

The Call Company A/S
Ny Banegårdsgade 48
8000 Aarhus C
Danmark

Direktør
Martin Horn Thomsen
41 44 77 50