

WALBUSCH ZUM VIERTEN MAL FÜR MULTICHANNEL-KUNDENBETREUUNG AUSGEZEICHNET

Ende Oktober 2015 kamen im Lake Side am Zürichsee 230 Customer Care-Experten aus der Schweiz zusammen. Anlass war die Verleihung der Headset Awards. Diese Auszeichnung würdigt die besten Contact Center des Landes. Preisträger der Kategorie Innovation ist

„Unser Ziel war: Der Kunden hat ein Bild von Walbusch und Walbusch hat ein Bild vom Kunden. Deshalb haben wir konsequent den Kunden mit seinen Anliegen in den Mittelpunkt gestellt – über alle Vertriebskanäle und Kundenkontaktpunkte hinweg, in einer Plattform anhand von prozessgesteuerten Abläufen.“

BERNHARD EGGER, GESCHÄFTSFÜHRER, WALBUSCH, SCHWEIZ UND ÖSTERREICH

das Modeunternehmen Walbusch. Mit der Einführung einer zentralen CRM-Lösung für alle Vertriebs- und Kommunikationswege schafft Walbusch die digitale Transformation vom einstigen Katalog-Versandhändler zum modernen Multichannel-Unternehmen. Als „wahre Innovation“ bezeichneten die Juroren die Integration aller Kanäle – inklusive der Kassen in den Filialen – in einer zentralen CRM-Lösung. Diese stammt von den Software-Ingenieuren aus dem Hause BSI, die sich riesig über den grossen Erfolg und das positive Echo zu der innovativen Multichannel-Lösung freuen.

Überzeugende Ergebnisse

Walbusch konnte sich mit dem Award gegen starke Konkurrenten wie Swisscom und Axel Springer Schweiz durchsetzen. Sowohl die innovative Multichannel-Umsetzung als auch die kompromisslose Ausrichtung an den Walbusch-Kunden und ihren Bedürfnissen überzeugten die Jury. „Die Mitarbeiter in den Filialen und im Contact Center verfügen über eine 360°-Kundensicht. Die bessere Systemunterstützung und Prozesssteuerung führten zu einer deutlichen Steigerung der Ergänzungsverkäufe und der Verkaufsquote. Weitere Systeme wie die Bonitätsprüfung sind direkt in den Prozess eingebunden, was in eine deutlich höhere Erstlösungsquote mündet“, zeigt sich Juror und CallNet.ch Präsident

Dieter Fischer begeistert. Mitarbeiter sehen, welche Briefe, E-Mails und Werbemittel der Kunde erhalten, welche Käufe er in der Vergangenheit getätigt hat und können ihn damit wesentlich besser betreuen. Der Kunde kann seine Kleidung im Versand bestellen und in der Filiale abholen, Newsletter-Gutscheine in der Filiale einlösen, in der Filiale kaufen und im Versand retournieren. All das funktioniert dank des zentralen Kundenkontakt-Managements mit integrierter Kasse auf Basis BSI CRM und trägt sehr zur Zufriedenheit der Kunden bei, so der strahlende Preisträger Bernhard Egger, Geschäftsführer bei Walbusch in der Schweiz und Österreich: „Unser Ziel war: Der Kunden hat ein Bild von Walbusch und Walbusch hat ein Bild vom Kunden. Deshalb haben wir konsequent den Kunden mit seinen Anliegen in den Mittelpunkt gestellt – über alle Vertriebskanäle und Kundenkontaktpunkte hinweg, in einer Plattform anhand von prozessgesteuerten Abläufen. Der Award ist die Bestätigung unserer Ideen durch Fachpersonen, die etwas von der Thematik verstehen. Ob wir wirklich alles richtig machen, werden uns unsere Kunden zeigen.“

Wandel mit grossem Enthusiasmus umgesetzt

„Mit dem bestehenden CRM-System hätte man noch jahrelang weiterarbeiten können, aber es passte nicht mehr zur Vision. Der Wandel war also gewollt und wurde mit grossem Enthusiasmus umgesetzt. Man beschäftigte sich mit vielen unbequemen Fragen. Das Ergebnis: Anstatt bestehende Prozesse nur im neuen System abzubilden und das dann Digitalisierung zu nennen, baute Walbusch Prozesse komplett neu – und um den Kunden herum“, so Jury-Mitglied Roger Meili.

AUTOR: -/RED

