

## **BSI CRM Kunde Walbusch gewinnt Swiss CRM Award**

**Eine weitere Auszeichnung geht an den Multichannel-Modehändler Walbusch für die kompromisslose Ausrichtung am Kunden. Die zukunftsweisenden Bestell- und Serviceprozesse mit integrierter Kassensoftware auf Basis von BSI CRM überzeugten die Jury.**

Baden, 21. September 2015 – Am 15. September 2015 wurde Walbusch mit dem Swiss CRM Award ausgezeichnet. Belohnt wurde das Modeunternehmen für die innovative Lösung des komplexen Multichannel-Vorhabens, allen Mitarbeitern die relevanten Kundendaten zentral zur Verfügung zu stellen und den Kunden ein durchgängiges Einkaufserlebnis – vom Contact Center über den Webshop bis zur Kasse – zu bieten.

Am 15. September 2015 fand das Swiss CRM Forum im Kongresshaus Zürich. 600 CRM-Verantwortliche folgten dem Ruf der «Marketing Leadership Konferenz», um sich in den Workshops, Keynotes und beim Networking zu informieren und auszutauschen.

Einer der Höhepunkte der gelungenen Veranstaltung war die Verleihung des Swiss CRM Awards: Neben der Peer-to-Peer Service-Plattform Mila und Swisscom war das Modeunternehmen Walbusch für den Swiss CRM Award nominiert. Die Überraschung war gross, als Gastgeber Stephan Isenschmid, Geschäftsführer des Swiss CRM Forum, Walbusch als Sieger verkündete. «Walbusch hat sich entschieden den Kunden ins Zentrum zu rücken - nicht einfach als reines Lippenbekenntnis, sondern mit aller Konsequenz das gesamte Unternehmen an den Kundenbedürfnissen auszurichten», so Jury-Präsident Brian Rüeger, Leiter des Instituts für Marketing Management an der ZHAW, in seiner Laudatio. Er hob den Effort hervor, den Walbusch auf sich genommen hat, um Silos einzureissen, den Status quo zu hinterfragen und alle Prozesse konsequent an den Kundenbedürfnissen auszurichten.

### **Multichannel Management als Basis für zukünftigen Erfolg**

Während viele Unternehmen von den Filialen Richtung Online gehen, schlägt Walbusch den umgekehrten Weg ein. Die Jury meint, das sei mutig und auch richtig so: «Walbusch legt damit die Basis für den zukünftigen Erfolg», so Brian Rüeger. Sich an den Kunden auszurichten heisse, alle Kundenkontaktpunkte zu integrieren. Diese Multichannel-Integration sei keine einfache Aufgabe. Aber gemeinsam mit dem CRM-Partner BSI Business Systems Integration AG habe Walbusch die Herausforderung angepackt und auf innovative Weise gemeistert. «Um ein Beispiel zu nennen: Kunden wollen Produkte, die sie online gekauft haben in Filialen umtauschen - egal in welcher - und

gleichzeitig einen per E-Mail erhaltenen Coupon einlösen. Die Filiale muss sofort alle kundenrelevanten Daten zur Verfügung haben und motiviert sein den möglicherweise 'fremden' Kunden helfen zu wollen», erklärt Brian Rüeger die Komplexität, die in einem ernst gemeinten Multichannel-Vorhaben steckt. «Die Jury ist beeindruckt von der gezeigten Konsequenz und dem geschickten Augenmass, auch die Mitarbeiter rechtzeitig ins Boot zu holen und ihnen Zeit zu lassen, sich an die Veränderungen zu gewöhnen», so Brian Rüeger. Er würdigte insbesondere den Mut, die Leidenschaft, die eingeschlagene Strategie und die gelungene Umsetzung in seiner Laudatio.

### **Durchgängige Prozesse von der Kasse bis ins Contact Center**

Als Lösung, welche das gesamte Kundenkontaktmanagement über alle Kanäle steuert, hat sich Walbusch für BSI CRM entschieden. «Walbusch brachte in dem Projekt die Handels-Expertise ein, BSI das Know-how zu Prozessen und zur Multikanal-Integration. Zusammen konnten wir unsere Vision ‚Der Kunde hat ein Bild von Walbusch und Walbusch hat ein Bild vom Kunden‘ verwirklichen. Dafür 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», sagt Preisträger Bernhard Egger, Geschäftsführer Walbusch Schweiz und Österreich. «Der Award ist die Bestätigung unserer Ideen durch Fachpersonen, die etwas von der Thematik verstehen. Das Feedback der Jury ist eine grosse Anerkennung für uns. Es zeigt, dass der Weg der konsequenten Ausrichtung auf den Kunden und seine Bedürfnisse über alle Touchpoints hinweg der richtige ist. Mit der Auszeichnung attestieren sie dem Projekt, innovativ und kundenorientiert zu sein. Ob wir wirklich alles richtig machen, werden uns unsere Kunden zeigen», freut sich der sichtbar gerührte Preisträger Bernhard Egger.

### **Dreifach ausgezeichnetes Kundenerlebnis**

Das CRM-System für Bestell- und Serviceprozesse mit integrierter Kassensoftware bei Walbusch wurde bislang dreifach ausgezeichnet. Neben dem Swiss CRM Award würdigten auch der CCV Quality Award und der acquisa CRM Best Practice Award das nahtlose Walbusch Kundenerlebnis.

Zwischenzeitlich ist das Projekt seit gut einem Jahr ausgerollt und zeigt erste Erfolge: 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. Die Umsysteme wie die Bonitätsprüfung sind direkt in den Prozess eingebunden, was in einer deutlich höheren Erstlösungsquote mündet. «Unsere Mitarbeiter sehen, welche Briefe, E-Mails und Werbemittel der Kunde erhalten hat, welche Käufe er in der Vergangenheit getätigt hat und können ihn damit wesentlich besser betreuen. Der Kunde kann

seine Kleidung online bestellen und in der Filiale abholen, Newsletter Gutscheine in der Filiale einlösen, in der Filiale kaufen und im Versand retournieren – all das funktioniert mit der neuen Lösung und trägt sehr zur Zufriedenheit unserer Kunden bei», so Bernhard Egger.

**Mehr über das Projekt erfahren:**

<https://www.bsi-software.com/ch-de/kunden/walbusch.html>

**Kontakt**

Claudia Gabler und Catherine B. Crowden

+41 (0)31 850 12 13 bzw. +41 (0)56 484 16 24

[claudia.gabler@bsi-software.com](mailto:claudia.gabler@bsi-software.com) bzw. [catherine.crowden@bsi-software.com](mailto:catherine.crowden@bsi-software.com)

BSI Business Systems Integration AG

Täfernstrasse 16a, CH-5405 Baden

[www.bsi-software.com](http://www.bsi-software.com)

**Wir entwickeln Software an der Nahtstelle zum Kunden.** BSI CRM, das Kernprodukt von BSI, schafft einfache Abläufe mit 360°-Sicht in Verkauf, Marketing und Service. Mit BSI Contact Center, BSI PoS, BSI Insurance, BSI CTMS sowie Speziallösungen bieten wir fokussierte Produkte für jede Branche und Aufgabe. Offene Technologie (Java/Eclipse) garantiert dabei Effizienz, Individualität und Zukunftssicherheit. Von unserer Software profitieren täglich über 120'000 Anwender in Unternehmen wie ABB, Actelion, AMAG, Basler Versicherungen, Die Schweizerische Post, ERGO Direkt, Lidl, Münchener Verein, PostFinance, Privatbank Metzler oder Walbusch. Dahinter steht die harte Arbeit von 214 Ingenieuren und Projektleitern – in Baar, Baden, Bern, Düsseldorf, Frankfurt am Main, München, Zürich. Und überall dort, wo Sie uns brauchen.