

Optimierung von Geschäftsprozessen

Persönlichkeit entscheidet

Optimierungsmöglichkeiten in Sachen Kundenkommunikation gibt es eigentlich immer. Doch es gibt auch Ereignisse, die eine Anpassung von Geschäftsprozessen ad hoc erforderlich machen. Eine Fusion mit einer damit einhergehenden Verdopplung der Kunden ist ein solches Ereignis. Wie das bei der GROSSO UNION Nord erfolgreich umgesetzt wurde, lesen Sie hier.

Als Presse-Großhandelsunternehmen beliefert die GROSSO UNION Nord GmbH & Co. KG mit über 300 Mitarbeitern tagtäglich über 6 000 Einzelhandelskunden mit mehr als 4 000 verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften, in weiten Teilen Niedersachsens und Schleswig-Holsteins. Ergänzend vertreibt sie auch so genannte „Non Press“-Produkte wie Taschenbücher, Tabakwaren, Getränke und Süßwaren. Auch die Beratung zur Warenpräsentation bietet die GROSSO UNION an. Steigende Umsätze und ein damit verbundenes, höheres Anrufaufkommen zwangen die Verantwortlichen, sich mit der Optimierung der Geschäftsprozesse zu beschäftigen und das bestehende Anrufaufkommen besser zu kanalisieren.

„Schon immer haben wir großen Wert darauf gelegt, dass unseren Kunden ein persönlicher Ansprechpartner am Telefon zur Verfügung steht“, berichtet Robert Herpold, Geschäftsführer der GROSSO UNION Nord. Doch die Erfüllung dieses Anspruchs fiel zunehmend schwerer. „Aufgrund einer Fusion hat sich die Zahl der von uns betreuten Kunden allerdings nahezu verdoppelt, sodass wir die Kapazität in unserem Kundenzentrum deutlich erweitern mussten.“ Parallel zu diesem organischen Wachstum wurden auch die Geschäftsprozesse auf den Prüfstand gestellt und nach einer internen Analyse verschiedene Optimierungsansätze identifiziert, die zu einer noch besseren und vor allem persönlicheren Kundenberatung führen sollten.

Dazu wurde der Kundenservice bei der GROSSO UNION in einen First und einen Second Level-Support unterteilt. Die Idee dahinter: Während das First Level-Team Standardprozesse übernimmt, werden die Sachbearbeiter entlastet, sodass diese wieder verstärkt als persönliche Ansprechpartner für ihre Kunden zur Verfügung stehen. Am Ende stand ein neuer Callflow, der intern im Zusammenspiel mit den beteiligten Fachabteilungen entwickelt wurde.

Schnelle Umsetzung der Optimierung

Blieb die Frage nach der technischen Umsetzung und die lief im Fall der GROSSO UNION mustergültig ab. Schnell entschied man sich für eine Umsetzung mit authensis und deren neuer Einstiegslö-

STATEMENT



Robert Herpold, Geschäftsführer der GROSSO UNION Nord GmbH & Co. KG

„Seit Einführung des neuen Callflows hat sich die Erreichbarkeit für unsere Kunden deutlich verbessert. Davon profitieren nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Mitarbeiter, zumal wir die Gespräche seitdem deutlich besser kanalisieren.“



sung „ACHAT EXPRESS“, die von der ENTERPRISE-Version der ACHAT-Produktsuite abgeleitet wurde. Bei authensis vertreibt man ACHAT EXPRESS als so genannten „Mutmach-Ansatz“, wie ihn authensis-Vorstand Klaus-J. Zschaage nennt. ACHAT EXPRESS ermöglicht als Einstiegslösung das Telefonie-Management für 20 Arbeitsplätze on Premise oder aus der Cloud – und sie bietet den kompletten Funktionsumfang der ACD und IVR aus der ENTERPRISE-Edition.

Auf Basis des von der GROSSOUNION neu entwickelten Callflows präsentierten authensis und deren Vertriebspartner alcera ihren Lösungsansatz bei den Verantwortlichen der GROSSOUNION. Mit Erfolg: Zwischen Präsentation, Angebot und Beauftragung vergingen lediglich zwei Werktage. Nach weiteren zehn Tagen fand bereits der Workshop zur Feinplanung des Projekts statt. GROSSOUNION stellte die notwendige technische Infrastruktur so schnell bereit, dass Schulung und

Liveschaltung der Lösung bereits vier Wochen nach Auftragsvergabe erfolgten.

Ziel erreicht, und weiter!

Bereits bei der Einschaltung bestätigten die Call-Statistiken, dass der gewünschte Effekt zur Entlastung der Sachbearbeiter eintritt. ACHAT verteilt nun Vorgänge entsprechend Tageszeit, Wochen- oder Feiertag automatisiert in das richtige Team. Auch die automatische Vorqualifizierung haben die Kunden der GROSSOUNION sofort angenommen. Sie unterstützt die gewünscht kurzen Wege, sodass Weiterleitungen durch den Mitarbeiter nahezu ausgeschlossen sind. Gezielt eingesetzte Sprachboxen ermöglichen es den Anrufern darüber hinaus, bei hohem Anrufaufkommen, Sprachnachrichten und Rückrufwünsche zu hinterlassen. Diese werden dann entsprechend ihrer Priorität aktiv in die Verteilung eingesteuert. Neben Webshop und Telefon, zählen auch E-Mails und Fax-Nachrichten zu den Kommunikationskanälen. Aufgrund der guten Erfahrungen mit der Optimierung der Telefonie soll deshalb im nächsten Schritt auch die Integration der Kanäle E-Mail und Fax in die automatische Verteilung umgesetzt werden.

Scott Bender



Bei der GROSSOUNION Nord legt man viel Wert auf persönliche Ansprechpartner.