



Presseinformation

Digitalisierung: Kundenbeziehungen verbessern

Zürich, 22. Oktober 2015 – Die meisten Unternehmen planen mit der Digitalisierung vor allem Kosteneinsparungen. Die Qualität der Kundenbeziehung wird oft vernachlässigt. Das Ergebnis: Unternehmen und Angebote werden immer vergleich- und austauschbarer. Ansätze, die in der Digitalisierung vor allem Chancen sehen, um das Customer Relationship Management zu verbessern, sind bisher rar. Information Factory, Managementberatung und Softwarehaus aus Zürich, entwickelte eine Softwarelösung, die Feedback aus Kundenbefragungen analysiert, die Resultate unmittelbar einordnet und sie zur richtigen Stelle leitet, damit gehandelt werden kann. Anhand des nahezu in Echtzeit verfügbaren Feedbacks können Unternehmen ihre Kundenbeziehungen nachhaltig verbessern, neue Wachstumspfade erschliessen und ihr Geschäftsmodell kontinuierlich modernisieren.

In der klassischen Marktforschung werden Verbraucher bzw. Kunden in zeitlichen Abständen um ihre Meinung zu bestimmten Themen gebeten. Der Auftraggeber erhält die Ergebnisse im Rahmen einer Managementpräsentation und kann dann Entscheidungen treffen. Diese basieren jedoch lediglich auf einer Momentaufnahme der Kundenstimmung. Im Zeitalter der Digitalisierung reicht das nicht aus, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Wer hingegen Kundenfeedback regelmässig und in kurzen Zeitintervallen entgegennimmt, es ohne Verzögerung an die richtigen Menschen adressiert und sein Handeln rasch anpasst, ist klar im Vorteil.

Basierend auf dem Konzept des Net Promoter Score (NPS) gestaltete Information Factory eine IT-Lösung, die das Kundenfeedback erfasst und es den betroffenen Verantwortlichen im Unternehmen direkt zur Verfügung stellt, inklusive passender Folgemaassnahmen. Dabei werden zunächst alle Aktivitäten des Kunden, die er entlang der Verkaufszyklen durchläuft, thematisch sortiert. Für bestimmte Themen wie Produkt, Kaufabwicklung oder Beratungsleistung wird ein Fragebogen erstellt, über den Kunden ihre Erfahrungen und Empfehlungsbereitschaft ausdrücken können. Die Fragebögen lassen sich beliebig gestalten. Die Kundenmeinung selbst wird telefonisch oder über den Direktversand von Links zum Online-Fragebogen erhoben.

Ein individuell auf das Unternehmen bzw. den Bereich abstimmbares Regelwerk legt fest, wer über die entsprechenden Rückmeldungen informiert wird und welche Aktivitäten folgen sollen. Unterschreitet die Bewertung z. B. einen bestimmten Skalenwert, wird ein Alert ausgelöst. Gleichzeitig wird nicht nur der Kundenberater darüber informiert, sondern auch die nächsthöhere Führungskraft. Bei Bedarf kann dann der Vorgesetzte direkt beim Kunden nachfassen. Positives Feedback wiederum kann zum Anlass genommen werden, um Kunden weitere Produkte vorzuschlagen. Die Technologie ermöglicht damit Up- und Cross-Selling-Aktivitäten, verkürzt die Feedbackzeiten zwischen Kunden und Unternehmen und reduziert administrative Prozesse, wie z. B. die manuelle



Einordnung der Ergebnisse in bestimmte Cluster. Des Weiteren verbessern sich an der Schnittstelle zum Kunden die Qualität der Beratungsleistung und das Selbstmanagement der Kundenbetreuer. Feedback und Folgeaktivitäten sind für alle Beteiligten, ob Verkäufer, Kundenberater, Linienvorgesetzter oder Management, jederzeit über das Online-Portal nachvollziehbar. Damit erhalten Führungskräfte und Management auch wertvolle Informationen über die Arbeitsqualität ihrer Mitarbeiter und Teams.

„Mit neuen digitalen Möglichkeiten bringen wir Kundenbeziehungen, Produkte und Geschäftsprozesse täglich auf den Prüfstand. Im Ergebnis entsteht eine Führungs- und Leistungskultur, die Kunden begeistert“ erklärt Dr. Georg Geyer, CEO bei Information Factory.

Die Digitalisierung des Kundenfeedbacks auf einen Blick

- Feedbacks an Kundenberater und Vorgesetzte nahezu in Echtzeit
- Je nach Abteilung oder Thema: Individuell erstellbare Fragebögen, Regeln und Schwellwerte für Aktivitäten
- Unternehmensweite Analysen über alle Bereiche hinweg
- Einbindung in bestehende Systeme und Integration ins Intranet möglich

Nutzen

- Für Kunden: Bessere Kommunikation mit dem Unternehmen, qualitativ hochwertiger Service
- Für Berater: Schnellere Reaktionsmöglichkeiten, verbessertes Selbst- und Kundenmanagement
- Für das Unternehmen: Mehr Transparenz, gesteigerte Kundenbeziehungen, kundenorientierte Führung, Anpassung von Geschäftsmodellen

Über Information Factory

Information Factory - Managementberatung und Softwarehaus. Information Factory ist spezialisiert auf Performance Management und die Digitalisierung von Geschäftsprozessen.

Zu den Kunden von Information Factory zählen namhafte Unternehmen wie Audi, Migros, Interhyp, UBS, Zürcher Kantonalbank, Immobilienscout24, Fitness First, die Universität St. Gallen sowie Organisationen der öffentlichen Verwaltung. Information Factory wurde 1996 als Spin-off der Hochschule St. Gallen gegründet. Das Unternehmen hat Standorte in Nürnberg und Zürich.

Pressekontakt

Information Factory AG

Aleksander Szumilas

+41 (0) 43 268 39 29

presse@information-factory.com

www.information-factory.com