

Hilti PROFITIERT VON REALTIME-FEEDBACK

Durch den Einsatz der Questback Software Plattform ist Hilti in der Lage die Kundenzufriedenheit über alle Marken-Touchpoints in Echtzeit zu messen.

CASE STUDY Hilti

KUNDENZUFRIEDENHEIT IN ECHTZEIT MESSEN

Die allgemeine Zufriedenheit und Loyalität der Kunden bilden bei Hilti zwei wichtige Kennzahlen für den Erfolg des Unternehmens. Seit 2010 erfasst Hilti mithilfe einer Online-Umfrage auch das unmittelbare Feedback einzelner Kunden nach einem direkten Kontakt: sei es mit dem Account Manager, der Hotline oder dem Reparaturservice. Basis dieser Online-Umfrage ist die Questback Enterprise Feedback Plattform. Damit kann Hilti die Bedürfnisse seiner Kunden genauer erfassen und mithilfe der gewonnenen Daten Prozesse verbessern. Das Ergebnis: Die Zufriedenheit der Kunden ist seitdem spürbar gestiegen.



SITUATION

Differenzierungsfaktor Kundenservice

Zielsetzung

- › Messung der Kundenzufriedenheit im Moment of Truth
- › Optimierung der Customer Experience über alle Kontaktpunkte

Nur zufriedene Kunden bleiben – eine Binsenweisheit. Trotzdem vernachlässigen viele Unternehmen ihren Kundenservice oder ignorieren das Feedback ihrer Kunden. Das wiederum ist der sicherste Weg, diese an Wettbewerber zu verlieren. Unternehmen sollten daher das Feedback ihrer Kunden ernst nehmen und für positive Erlebnisse sorgen. Hilti geht diesen Weg. Der Premiumanbieter von Produkten, Systemen und Dienstleistungen für die Bauindustrie legt höchsten Wert auf Kundenservice und Feedback. Dies spiegelt sich auch im Leitbild des Unternehmens wider: „Wir begeistern unsere Kunden und bauen eine bessere Zukunft“.

Kundenzufriedenheit als Erfolgskennzahl

Bereits seit 1994 misst Hilti die Zufriedenheit seiner Kunden; damit war das Unternehmen ein Pionier in der Baubranche. „Die Kennzahlen allgemeine Zufriedenheit und Loyalität der Kunden sind bei uns ein wesentlicher Gradmesser für den Erfolg. Sie beeinflussen auch die Vergütung vieler Mitarbeiter bis auf Management-Ebene“, erklärt Steffen Müller, Vice President Corporate Market Research bei der Hilti AG. Die Firma ermittelt diese beiden Werte in einer regelmäßigen Telefon-Umfrage, die vor allem die langfristige Beziehung zu den Kunden in den Mittelpunkt stellt.

Kundenerlebnisse in Echtzeit

Doch damit nicht genug. „Was uns noch fehlte, war das Feedback unserer Kunden unmittelbar nach einem Kontakt mit uns“, sagt Steffen Müller. „Das kann ein Treffen mit dem Account Manager sein, ein Verkaufsgespräch in unseren Hilti Centers, eine Online-Bestellung, eine Beschwerde an der Hotline oder die Reparatur einer Bohrmaschine durch einen Techniker.“ Derzeit verzeichnet Hilti rund 200.000 Kundenkontakte pro Tag.



LÖSUNG

Passgenaue Online-Befragungen

Technische Basis der Online-Umfrage ist die Enterprise Feedback Suite (EFS) von Questback. „Da die Plattform von Questback über eine Schnittstelle zu unserem SAP-System verfügt, können wir die Kontaktdaten der Kunden automatisch in die Online-Umfrage importieren. Das spart sehr viel Zeit. Zudem können



Die Online-Befragung auf Basis des Questback-Systems ist für uns ein Erfolg auf der ganzen Linie. Damit bieten wir unseren Kunden einen zusätzlichen Rückkanal, der sehr gut angenommen wird. Im Jahr 2011 haben wir Feedback von mehr als 18.000 Kunden bei einer Response-Rate von bis zu 20 % erhalten.

STEFFEN MÜLLER,
Vice President Corporate
Market Research

wir die bisherige Kaufhistorie der einzelnen Kunden für die Analyse nutzen“, betont Steffen Müller. Questback stellt seine Software als vollständig webbasierte Lösung bereit. Daher lässt sich die Oberfläche mit jedem Standardbrowser nutzen, ohne, dass man Zusatzsoftware installieren muss. Die Beantwortung der Fragen ist benutzerfreundlich über verschiedenste digitale Endgeräte möglich, etwa PC, Notebook, Tablet oder Smartphone.

Ressourceneffizienter Befragungsprozess

Für das Design der Online-Fragebögen stellt Questback mehrere Optionen zur Verfügung; deren Aussehen lässt sich auch individuell an das Corporate Design des Unternehmens anpassen. „Unser Aufwand für die Administration ist sehr gering. Questback sorgt für das Hosting der Daten, die Aktualisierung und Weiterentwicklung der Software, Wartung sowie technischen Support“, so Steffen Müller.

Kurzbefragungen direkt nach dem Kundenkontakt

Hilti nutzt die Online-Umfrage in 15 Marktorganisationen, die mehr als 80 Prozent des Umsatzes ausmachen. Das Unternehmen lädt dazu diejenigen Kunden per E-Mail ein, die mit einem Account Manager, einem Hilti Center, einer Online-Bestellung, der Hotline oder dem Reparatur-Service zu tun hatten. Die Online-Umfrage dauert rund zwei Minuten und bezieht sich auf die spezielle Situation des Kunden. Das heißt: Wer gerade einen Account Manager vor Ort hatte, wird konkret zu seinen Erfahrungen befragt.



ERGEBNIS

Wertschätzung der Kunden

Kunden, die sich in der Online-Umfrage beschwerten, kontaktiert das entsprechende Team innerhalb von zwei Werktagen, um ihre Probleme zu lösen. „Die meisten Kunden sind von einem Anruf innerhalb von zwei Tagen nach der Online-Umfrage beeindruckt. Wir können fast 80 Prozent aller Probleme nach dem ersten Anruf lösen“, sagt Steffen Müller. „Das ist, warum viele Kunden sagen: ‚Wow, Hilti kümmert sich‘. Die Auswertung der Online-Umfrage über Questback ermöglicht uns, Kunden enger an uns zu binden.“

Messbare Erhöhung der Kundenzufriedenheit

Auch positives Feedback wird registriert und an das SAP-System übertragen. Wöchentliche Cockpit-Charts zeigen für jeden der genannten Interaktionspunkte, wie sich die Zufriedenheit der Kunden entwickelt hat. Die Zahlen können sich sehen lassen. Laut Steffen Müller haben sich die Werte für die allgemeine Zufriedenheit und Loyalität der Kunden seit dem Start von RTF gegenüber den stärksten Mitbewerbern signifikant erhöht, zumal die Erkenntnisse für viele Prozessverbesserungen genutzt wurden.

Ergebnis

- › Erhöhte Kundenzufriedenheit und Loyalität
- › Verbesserte Customer-Service-Prozesse
- › Präzise KPIs für Kundenzufriedenheit und Loyalität

Über Hilti AG

Unternehmen

Hilti AG

Branche

Produkte, Systeme und Dienstleistungen für die Bauindustrie

Einsatzbereiche

› Kundenzufriedenheit

Die Hilti AG bietet technologisch führende Produkte, Systeme und Dienstleistungen für die Bauindustrie an. Der Hauptsitz befindet sich in Schaan im Fürstentum Liechtenstein. Zwei Drittel der weltweit rund 22.000 Mitarbeiter stehen in Vertrieb und Technik unmittelbar mit ihren Kunden in Kontakt. Entsprechend wichtig ist Hilti die Zufriedenheit seiner Kunden. Das Motto des Unternehmens lautet: „We passionately create enthusiastic customers“.

TOMORROW
FOCUS MEDIA

DHL

Continental

ITERGO

ESPRIT

KANTAR WLT[®]RLDPANEL

Lufthansa

NESPRESSO

GfK

FUJITSU

VOLVO

Bank Austria
unicredit Group

randstad

respondi
CLOSE TO PEOPLE

sky

Questback GmbH

Gustav-Heinemann-Ufer 72a
50968 Köln
Tel: +49 221 271690
feedback@questback.de
www.questback.de

Questback ist Europas Marktführer für Enterprise Feedback Management-Software mit mehr als einer Milliarde abgeschlossener Umfragen. Über 4000 Kunden aus allen Branchen nutzen die Softwarelösungen für komplexe Mitarbeiterbefragungen, Kundenbefragungen und Marktforschung. Dazu zählen zum Beispiel Lufthansa, Deutsche Telekom, Payback, Hilti, Daimler und Coca-Cola.

Questback bildet den gesamten Feedback-Prozess von Datenerhebung über deren Verarbeitung bis hin zur Visualisierung ab. Hier endet die Wertschöpfungskette der Daten nicht in einem statischen Reporting, denn Questback setzt Kundenmeinung, Mitarbeiter-Feedback und Unternehmenskennzahlen in Beziehung. Dynamische Auswertungs-Tools liefern Echtzeit-Erkenntnisse für belastbare Entscheidungen. Questback hostet alle Daten in deutschen ISO- und BSI-zertifizierten Data-Centern. Das Unternehmen hat heute Niederlassungen in 19 Ländern und beschäftigt mehr als 300 Mitarbeiter. Hauptfirmensitz ist Oslo, Norwegen.