

HSE24: Höchste Servicequalität dank ausgefeilter IT-Unterstützung

Teleshopping ist Einkaufen in Echtzeit. Tausende von Kundenanfragen müssen dabei zeitgleich zuverlässig entgegengenommen und bearbeitet werden. Wie die IT dabei helfen kann, auch beim Impulskaufgeschäft den Kunden immer in den Mittelpunkt zu stellen, zeigt Deutschlands „kundenorientiertester Dienstleister 2009“, der Home-shopping-Spezialist HSE24.

Wenn Konsumenten ein Paar Schuhe benötigen, suchen sie gezielt danach in Schuhläden, in Versandhauskatalogen oder auch im Internet. Nicht so beim Homeshopping. Homeshopping-Unternehmen wie HSE24 leben vom Impulskauf. Der Betrachter findet während einer laufenden Sendung spontan Gefallen an Artikeln, nach denen er nicht gezielt gesucht hat. Wenn er zum Hörer greift, läuft hinter den Kulissen ein komplexer Prozess ab: Der Call Center Agent nimmt die Bestellung auf, die Bestandsverfügbarkeit wird geprüft, der Artikel reserviert, die Kundendaten werden abgeglichen oder neu angelegt. Noch während des Gesprächs prüfen die Agents Adresse und Kreditwürdigkeit des Kunden und berücksichtigen unterschiedliche Zahlungsarten oder Lieferwünsche. Darüber hinaus werden dem Kunden Artikel oder zielgruppenspezifische Zusatzangebote unterbreitet. Anschließend wird der Auftrag gleichzeitig mit mehreren hundert anderen Aufträgen angelegt und in Sekundenbruchteilen im System bestandswirksam verbucht. Die Zuschauer an den Fernsehapparaten können live verfolgen, wie sich der Artikelbestand reduziert.

Löst ein Produkt eine besonders gute Resonanz aus, wird das Sendeprogramm in Minutenschnelle umdisponiert und der Artikel bleibt noch etwas länger auf Sendung. Ein Programmwechsel erfolgt natürlich auch, sobald der Lagerbestand eines Artikels den Wert Null erreicht. Im Hintergrund - für den Kunden unsichtbar



- wird der Auftrag weiter bearbeitet, ausgeliefert und schließlich die Bezahlung abgewickelt. Doch nicht nur über das Call Center kann der Kunde die gerade im Fernsehen präsentierten Artikel bestellen, sondern auch über das Internet, IVR (Interactive Voice Response - Spracherkennung) und sogar über mobile Endgeräte.

Dieses impulsgetriebene Geschäftsmodell stellt gegenüber dem konventionellen Versandhandel besondere Herausforderungen an die IT.

IT sorgt kanalübergreifend für Echtzeitinformationen

Bei HSE24 gehen in Spitzenzeiten rund 70.000 Kundenanfragen am Tag ein, davon können allein über 10.000 Anfragen in einer einzelnen Stunde anfallen.

Um die circa zwei Millionen Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz exzellent zu betreuen, kommen über 1.500 Call Center Mitarbeiter in verschiedenen Call Centern zum Einsatz. Damit der Service und der Verkauf reibungslos funktionieren, brauchen die Mitarbeiter von HSE24 vor allem eines: zuverlässige und in Echtzeit verfügbare Informationen über alle Vertriebskanäle hinweg - also einen Rundum-Blick auf den Kunden. Denn, nur wenn Mitarbeiter im Verkauf, im Service und in der Showplanung auf alle aktuellen Daten zugreifen können, können die Aufträge effizient und im Sinne der Kundenzufriedenheit abgewickelt werden. „Unser Kunde sagt uns in jeder Minute, was er will. Deshalb brauchen wir kurze Wege und schnelle Prozesse zwischen allen Beteiligten. Die Abläufe müssen zwar hochgradig automatisiert sein,

uns aber dennoch erlauben, von einer Minute auf die andere flexibel zu reagieren“, sagt Norbert Paulus, Bereichsleiter Broadcast & IT und Mitglied der Geschäftsleitung von HSE24.

Die Kundenzufriedenheit ist in der Homeshopping-Branche wettbewerbsdifferenzierend. Aus diesem Grund setzte HSE24 2005 das Projekt „Kunde ist König“ auf. Das Ziel des Homeshopping-Spezialisten war, seinen Kunden eine umfassende Beratung zu bieten, eine Erreichbarkeit von Service und Verkauf rund um die Uhr zu garantieren, Serviceanfragen möglichst während des ersten Anrufs zu lösen und eine hoch effiziente Auftragsannahme zu ermöglichen.

Individuelle Lösung dank Softwareveredelung


Die Grundlage des Projektes ist ein einziges, vollständig integriertes IT-System, das alle Herausforderungen des Homeshopping-Unternehmens bewältigt und den HSE24 Kunden wirklich zum König macht. In zwei Projektphasen von je 15 Monaten löste HSE24 die heterogenen Altsysteme ab. Das Unternehmen entschied sich vor allem auch auf Grund der nahtlosen Verbindung des CRM-Systems in die bestehenden Anwendungen für SAP CRM als Plattform für das neue System. Der IT-Dienstleister cm4 erweiterte als Implementierungspartner die SAP-Standardfunktionalitäten wie Katalogmanagement oder Service Requests um Zusatzfunktionen aus dem B-to-C-Umfeld wie zum Beispiel eine zentrale Wissens- und Informationsdatenbank, eine Kundenhistorie und Funktionalitäten zur Bearbeitung bereits erfolgter Buchungen eines Kunden. So ist aus einer Standardsoftware durch Softwareveredelung eine auf die Bedürfnisse von HSE24 speziell zugeschnittene individuelle Lösung entstanden. Es entstand eine Plattform, die alle Serviceprozesse integriert und sämtliche einschlägig beteiligte interne und externe Funktionen – darunter Logistik, Buchhaltung und Lieferanten, die Showplanung und insbesondere alle

Call Center – an die homogene Systemlandschaft anschließt. Dank der multikanalfähigen Architektur sind neben einem webbasierten Call Center User Interface (UI) weitere Kanäle wie der Web Shop und das IVR in Echtzeit angeschlossen. Interne und externe Mitarbeiter erhalten über ein intuitiv zu bedienendes Web-Interface, das so genannte Sales & Service-Cockpit, Zugang zu allen relevanten Informationen. Der Zugriff erfolgt nach den Rollen und Aufgaben des einzelnen Mitarbeiters. Bis zu 1.200 Kundenanfragen können pro Stunde so bearbeitet werden. Um diese Herausforderung zu bewältigen, wurde das System auf Hochverfügbarkeit und auf extreme Lastspitzen hin optimiert. Auch für zukünftige Veränderungen ist das Unternehmen nun gewappnet. „Wir sind jetzt technologisch zukunftssicher und so ausbaufähig, dass wir auch in Zukunft flexibel auf Kundenwünsche eingehen können“, berichtet Norbert Paulus.

Integration von CRM- und Showplanungs-Systemen

In der nun abgeschlossenen zweiten Projektphase sind auch sämtliche Verkaufsprozesse des Multichannel-Kaufhauses mit den Service-Prozessen auf derselben technischen Plattform integriert. HSE24 profitiert so von einer hocheffizienten und integrierten Bestellfassung. Eng an das CRM-System angebunden sind auch die Systeme zur Showplanung und aus der Produktion der Sendung. Dem CRM-System werden ständig die Informationen zu aktuell auf Sendung befindlichen Artikeln und Angeboten zur Verfügung gestellt, um diese in den Call Centern zu verwenden. Die Agenten im Call Center erhalten eine visuelle Unterstützung, die den Verkaufsprozess am Telefon vereinfacht. Das Einblenden von Produktabbildungen sorgt dafür, dass es eine hohe Deckung zwischen der Live-Sendung und der Bestellannahme gibt. So werden in der zentralen Erfassungsmaske Produktfotos mit Bestellnummern und den Kurzbeschrei-

bungen jener Artikel angezeigt, die gerade „on Air“ sind. Zusätzlich liefert das System sinnvoll ergänzende Produkte, zu den vom Kunden gewünschten Artikeln. Ein Klick reicht aus und die gewünschten Artikel landen im Warenkorb des Kunden. Die Auftragsannahme kann nun auch über die Bestellnummer zuerst erfolgen. Die Ware ist damit in der Sekunde im Materialsystem verbindlich für den Kunden reserviert. Danach können in Ruhe die weiteren Eingaben der Kundendaten sowie Prüfungen wie der ID-Check erfolgen. Die Prüfung der Adressen und der Bonität von Kunden in Echtzeit ist noch während der Bestellaufnahme möglich. Ist die Bestellung erfasst, liefert das CRM-System im Sekundentakt aktuelle Informationen zu noch verfügbaren Beständen und Umsätzen. Diese aktuelle Bestandssituation wird dann im TV-Programm eingeblendet, um zum Beispiel den Kunden auf noch verfügbare Größen und Farben oder Ausverkäufe on Air hinzuweisen und sie wird zu Steuerung des Live-Programms verwendet.

Mit der Verzahnung der Vertriebskanäle kommt HSE24 seinem Primärziel nahe: dem Kunden an jedem Verkaufskanal einheitliche Abläufe und dieselbe hohe Auskunftsfähigkeit zu bieten. Wenn die letzte Bluse einer bestimmten Größe ausverkauft ist, wird sie eine Sekunde später auch im Internet als ausverkauft gekennzeichnet. Diese Rückmeldung erhält der Kunde sofort und nicht erst einen Tag oder eine Woche später. „Aus unserer Sicht darf man nicht nur laut trommeln, sondern muss seine Versprechen auch erfüllen. Daran messen die Kunden unsere Glaubwürdigkeit“, berichtet Norbert Paulus. So steigert HSE24 seine Servicequalität: Heute lösen die Agenten innerhalb von 24 Stunden so viele Serviceanfragen wie früher in drei Tagen und die Kunden sind messbar zufriedener geworden. 

Ein Beitrag von

Susanne Zander, Partner
cm4 GmbH & Co. KG
www.cm4.de