

So entlasten Onlinehändler den eigenen Telefonservice Vogt Küchentechnik verringert Anrufe um fast 20 Prozent

Wittgert/Leinfelden-Echterdingen. Gut informierte Onlinekunden kaufen nicht nur wahrscheinlicher, sie haben auch weniger Fragen an den Telefonservice der Händler. Zu diesem Ergebnis kam Christian Vogt, Geschäftsführer von Vogt Küchentechnik, nach einem A/B-Test. Dabei hatten seine Endkunden zu Produkten, deren Produktinformation von den Marken selbst über die loadbee Plattform direkt in seinen Onlineshop ausgespielt werden, weniger Fragen als das noch vor einigen Jahren der Fall war.



Christian Vogt

„Ich habe unsere Hotline-Auswertungen von 2013 und 2014 mit denen von heute verglichen. Bei Marken wie unter anderem Bosch und Siemens, die ihren Content über loadbee darstellen, sind Anrufe mit Fragen zum Produkt im Untersuchungszeitraum um 17 Prozent zurück gegangen“, erklärt Vogt.

Umfassende Produktinformation reduzieren Kundenfragen im Call-Center

Dabei hat er konkret die Monate Juni, Juli und August 2018 mit den gleichen Monaten 2013 und 2014 verglichen. Einen Grund für die geringere Anruferzahl sieht er im immer besser werdenden Content, den viele Marken gerade im Consumer Electronics mittlerweile bereithalten. Konkret gäbe es im Fall von Bosch und Siemens Haushaltsgeräten beispielsweise mehr Bebilderungen als früher. Zudem gäben die Downloaddateien samt Skizzierungen auch genaue Informationen über Einbau-Optionen. Alles in allem erkläre der Hersteller-Content von heute Features um einiges genauer, als es noch vor Jahren der Fall gewesen sei. Aber auch die Verarbeitung ebensolcher Produktdaten ist heute glücklicherweise einfacher zu bewerkstelligen.

„Vogt Küchentechnik ist bereits seit 1999 online aktiv. Gut, dass sich endlich eine Lösung wie loadbee im CE-Markt etabliert hat. Denn auch mit PIM/DAM/MAM-Systemen wird es immer schwieriger für Industrie und Handel, der stetig steigenden Anzahl an Produktdaten und Schnittstellen Herr zu werden. Mit loadbee spielt die Industrie ihren Content direkt in die Produktdetailseiten und wir pflegen lediglich noch unsere Stammdaten. Das erspart beiden Parteien eine Menge Aufwand“, zieht Vogt Bilanz.

Content Management eines der wichtigsten Themen bei Vogt Küchentechnik

Die gesunkene Anzahl an Kundenfragen heißt keinesfalls, dass seine Kunden Probleme damit haben, das Smartphone zu benutzen. Denn 55 Prozent seiner Shop-Aufrufe kommen mittlerweile über dieses mobile Endgerät, weitere 10 Prozent über das Tablet. Entsprechend wichtig ist es für Christian Vogt, dass der Hersteller-Content auch für diese Geräte geeignet ist.

Neben Bosch und Siemens sorgen unter anderem Marken wie Gorenje und Bauknecht über loadbee dafür, dass das Kundentelefon bei Vogt Küchentechnik heute weniger klingelt, auch wenn Christian Vogts Kunden nachweislich vermehrt zum Smartphone greifen.

Über loadbee

Die loadbee GmbH wurde im Februar 2013 gegründet und ist ein Technologieunternehmen mit Hauptsitz in Echterdingen, direkt am Flughafen Stuttgart. Kernprodukt der loadbee Produktfamilie ist die gleichnamige cloudbasierte IT-Plattform für Content Syndication zur kanalübergreifenden Verteilung von kaufentscheidenden Produktinformationen an alle POS und auf alle digitalen Endgeräte.

Die Produkte von loadbee sind weltweit im Einsatz und werden in Deutschland konzipiert und programmiert. Wir arbeiten eng mit Industrie und Handel zusammen, um eine höchsteffiziente Einsetzbarkeit der Produkte für unsere Kunden am Markt zu garantieren.

Die Idee von loadbee den Endkunden an jedem Punkt seiner Kaufentscheidung mit aktuellen und besten Informationen zu versorgen, ist unser Antrieb. Negative Käuferlebnisse durch fehlende Produktinformationen waren gestern.

Weitere Informationen über loadbee finden Sie unter: www.loadbee.com



Pressekontakt:

Marc Mombauer
PR & Marketing Manager
Tel.: +49 711 914 017 51
E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com

