

KVD AWARD - BEST SERVICE 2024

Gardena: Effizienter Service auch unter hoher Belastung

Die Service-Idee von Gardena zielt darauf ab, die Herausforderungen eines stark saisonalen Geschäfts bei Gardena durch den Einsatz moderner Technologien zu bewältigen. Durch die Kombination von Automatisierung, KI wie ChatGPT, und einer optimierten Service-Struktur strebt man an, sowohl die Kundenzufriedenheit als auch die Effizienz unserer internen Prozesse signifikant zu verbessern.

Nennen Sie uns in wenigen Worten das Gesamtkonzept Ihrer Service-Idee, mit der Sie sich bewerben – von der Skizzierung bis zur konkreten Umsetzung.

Das Gesamtkonzept basiert auf der Automatisierung und technologischen Weiterentwicklung, um den steigenden Anforderungen des saisonalen Geschäfts bei Gardena gerecht zu werden. Unser Ansatz umfasst die Implementierung von KI-Technologien wie ChatGPT, um die Kundenanfragen effizienter zu bearbeiten und gleichzeitig die Mitarbeiter zu entlasten. Durch die Automatisierung von Prozessen und den Einsatz von Tools können wir nicht nur die Kosten senken, sondern auch die Servicequalität deutlich verbessern. Steigende und immer komplexer werdende Anfragen lassen sich besser bewältigen, ohne die Servicequalität zu beeinträchtigen. Darüber hinaus trägt die Automatisierung dazu bei, das Risiko von Rückständen zu minimieren und die Notwendigkeit von Samstagsarbeiten zu reduzieren, was letztlich auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter steigert.

Beschreiben Sie die Umsetzung in der Praxis.

Die Umsetzung erfolgte in enger Zusammenarbeit mit Dr. Fried und Partner, einem langjährigen Beratungspartner. Bereits vor drei Jahren haben wir eine Blitzlichtanalyse durchgeführt, um die Bedürfnisse und Herausforderungen zu identifizieren. Diese Erkenntnisse bildeten die Grundlage für eine Umsetzung im Jahr 2023, deren messbare Erfolge wir bereits sehen können. Ein zentraler

Aspekt war, das Führungsteam für das Projekt zu begeistern und die Mitarbeiter aktiv in den Veränderungsprozess einzubinden.

Ein herausragendes Beispiel für den Erfolg unserer Umsetzung ist die verbesserte Consumer Journey. Durch die Einführung von Self-Service-Lösungen können Kunden Anliegen direkt lösen. Die Selbstlösungsrate ist erheblich gestiegen und hat unser ursprüngliches Ziel für 2024 bereits übertroffen. Dies führte nicht nur zu einer erheblichen Entlastung unserer Serviceabteilung, sondern auch zu einer gesteigerten Kundenzufriedenheit. Auch die Mitarbeiterzufriedenheit hat sich spürbar verbessert. Durch die Reduktion von Stressfaktoren und die Einführung automatisierter Prozesse konnten wir einen positiven Einfluss auf das Arbeitsumfeld erzielen, was sich auch in den Ergebnissen unserer Mitarbeiterbefragung widerspiegelt.

Um die Kundenzufriedenheit weiter zu gewährleisten, haben wir technische Editoren eingesetzt, die für die Erstellung und Pflege von Inhalten auf unserer Homepage sowie für die Entwicklung von Makros im Ticketing-System verantwortlich sind.

Ein weiterer Erfolg unserer Umsetzung ist die signifikant gestiegene Automatisierungsquote, die sich nun im höheren zweistelligen Bereich bewegt. Besonders hervorzuheben ist dabei die Nutzung von ChatGPT für Übersetzungsservices und Sentiment-Analysen. Diese Technologien ermöglichen es uns, qualitativ hochwertige schriftliche Kommunikation über Sprachgrenzen hinweg zu ge-

währleisten. So können wir Agenten in Ländern unterstützen, selbst wenn sie die Landessprache nicht beherrschen – der Kunde bemerkt davon nichts.

Auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht konnten wir Erfolge verzeichnen. Die Kosten pro Kontakt sind deutlich gesunken, was sich in einer Verbesserung von über 23 % im Jahr 2023 niederschlägt.

Welche der vier Dimensionen der Dienstleistungswende haben Sie berücksichtigt, und was war Ihnen dabei besonders wichtig?

In unserer Umsetzung haben wir besonders die Dimensionen Kundenerlebnis und Technologie berücksichtigt. Dabei war uns wichtig, die Kombination von Mensch und Maschine optimal zu nutzen, sodass der Service trotz technologischer Fortschritte individuell und persönlich erlebbar bleibt.

Welche weiteren Entwicklungen sind geplant?

Ab 2025 werden wir eine globale Technologie zur Ersatzteilidentifikation mittels Bilderkennung einführen. Diese ermöglicht es Kunden, Ersatzteile durch Bilderkennung zu identifizieren und direkt über unsere Homepage zu kaufen – ganz ohne Unterstützung von Agenten. Gleichzeitig arbeiten wir an der Erweiterung unseres MyGarden Planers. Diese Weiterentwicklung erlaubt es Kunden, insbesondere bei Bewässerungssystemen, ihre Systeme auf unserer Homepage zu planen und die entsprechenden Produkte direkt im Warenkorb vorzufinden.