IMPACT STORY

KARL STORZ + InMoment

Über das Unternehmen

KARL STORZ ist seit über 70 Jahren ein führender Anbieter mit Hauptsitz in Deutschland von wiederverwendbaren Produkten für die Endoskopie und verwandte medizinische Technologien. Das Unternehmen ist mit 15.000 Produkten an über 50 Standorten in 44 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit 7500 Mitarbeiter. Die Kosten und die Komplexität dessen, was KARL STORZ verkauft, bedeuten, dass die Kunden des Unternehmens von der Anfrage bis zur Installation und darüber hinaus einen nahtlosen Service auf hohem Niveau benötigen.

Auswertung aller Feedback-Quellen

Mit InMoment ist KARL STORZ in der Lage, sowohl strukturierte Bewertungen als auch unstrukturierte Kommentare auszuwerten. Damit ist das Unternehmen in der Lage, die Customer Journey besser zu verstehen, außergewöhnliche Erfahrungen zu replizieren, Handlungsmaßnahmen zu priorisieren und umzusetzen. Darüber hinaus ist es mit Echtzeit-Benachrichtigungen möglich, unmittelbar zu reagieren. Mit Hilfe der Predictive Analytics-Lösung stellt InMoment den Managern individuelle Berichte zur Verfügung und gibt ihnen qualitative und quantitative Instrumente an die Hand, um Mitarbeiter weiterzuentwickeln. Mit InMoment ist es auch möglich, Feedback von Mitarbeitern einzuholen, um deren Perspektive auf die Customer Experience zu erfassen. Dashboards und Reports geben Managern sowohl einen Überblick über die Erreichung wichtiger Unternehmenskennzahlen als auch die Möglichkeit, spezifische Themengebiete genauer zu analysieren.

Das Ergebnis

Indem KARL STORZ sowohl Kunden als auch Mitarbeitern verschiedene Feedback-Kanäle zur Verfügung stellt, kann das Unternehmen Kundenanliegen schneller lösen, die Customer Experience verbessern und Problemursachen schneller identifizieren. Mit InMoment erreichte Karl Storz innerhalb der ersten zwölf Monate eine Weiterempfehlungsrate von 96% und eine Wiederkaufsrate von 98%. Auch verbesserte sich die Drittanbieter-Best-Practice-Bewertung deutlich: Die Zufriedenheit bei der Problemlösung steigerte sich um 5% und die Bewertung des Wissenstands beim Vertreter um 6%.

Wie geht es weiter?

KARL STORZ ist es gelungen, die Kundenerlebnisse entlang der gesamten Customer Journey zu erfassen und auf ein neues Level zu heben. Als nächsten Schritt beginnt KARL STORZ damit, die Voice of Employee mit einzubinden, um die Auslöser für negatives Kundenfeedback genauer zu betrachten, aber auch von positiven Erlebnissen zu lernen und diese auszubauen.

ZUSAMMENFASSUNG

- **98% Wiederkaufsrate**
- **96% Wahrscheinlichkeit, das Unternehmen weiterzuempfehlen**
- **5% Erhöhung der Schnelligkeit von Problemlösungen**
- **6% Steigerung in der Wahrnehmung der Fachkenntnisse des Vertreters**

CS-01131-DE-© 2020 InMoment, Inc