

CASE STUDY

Einer der weltweit führenden Serviceanbieter mit integrierten HR-Management-Lösungen

Überblick

Paychex ist einer der weltweit führenden Serviceanbieter für Lohn-, Gehalts- und Sozialbeitragszahlungen. Mit innovativer Software-as-a-Service-Technologie und engagiertem persönlichen Einsatz ermöglicht Paychex kleinen und mittelständischen Unternehmen, sich stärker auf ihr eigentliches Geschäft zu fokussieren. Allein in den USA wickelt Paychex, das seit 40 Jahren im Markt ist, für rund sieben Prozent aller Angestellten die Lohn und Gehaltsabrechnung ab.

Unkomplizierte Customer Experience

Bei 590.000 Gehaltskunden an über 100 Standorten ist es für Paychex das wichtigste Ziel, mit möglichst geringem Aufwand für die Kunden deren Mitarbeiter pünktlich zu bezahlen.

Ergebnisse:

- Bereits 79.000 Antworten (eine durchschnittliche Responsequote von 10 Prozent)
- Auf Basis des Feedbacks konnte der Onboarding - Prozess deutlich vereinfacht werden
- Ermittlung von Optimierungspotenzialen zur Steigerung von Kundenbindung, Umsatz und Kundenzufriedenheit
- Abwanderungsgefährdete Kunden wurden mit einer Bindungsrate von 50-60 Prozent gehalten
- Closed-Loop-Feedback-Prozess stellt sicher, dass die geäußerten Kundenerwartungen erfüllt werden.

„Unsere Kunden vertrauen uns ihre Lohn-, Gehalts- und Sozialbeitragszahlungen an, damit sie sich auf ihre Stärken konzentrieren können: ihr Geschäft weiter auszubauen“, erklärt John Taylor, National Director Shared Services von Paychex. „Mit Paychex zusammenzuarbeiten, muss für unsere Kunden so unkompliziert wie nur möglich sein.“

„Wenn Sie ein Unternehmen mit fast drei Milliarden Dollar Jahresumsatz führen, müssen Sie mit Ihren Kunden auf einer Wellenlänge sein und genau wissen, was sie denken und tun – die CX-Dashboards helfen uns dabei äußerst effektiv.“

JOHN TAYLOR, NATIONAL DIRECTOR, SHARED SERVICES, PAYCHEX



Mit diesem Ziel vor Augen, implementierte Paychex ein modernes, flexibles Customer-Experience (CX)-Programm.

„In der Vergangenheit nutzten wir einen lokalen Anbieter, der kleinere Kundenbefragungen per Postkarte verschickte“, sagt Kathy Clark, Voice-of-Customer-Managerin bei Paychex.

„Es dauerte mehrere Wochen, um die Ergebnisse zu bewerten und sie unseren 100 Standorten zur Verfügung zu stellen. Ein System, mit dem wir schnell auf relevante Probleme reagieren oder bereits laufende Maßnahmen und deren Ergebnisse verfolgen konnten, existierte nicht.“

Zudem wurde Paychex bewusst, dass das Unternehmen ein besseres Verständnis der Customer Journey benötigt, um Kundendaten ganzheitlicher zu betrachten. „In der Vergangenheit wurden Kunden öfter einmal zu unserem Lohn- und Gehaltsservice befragt, und gleichzeitig auch in einem vollkommen davon losgelösten Vorgang zu unseren Versicherungsprodukten.

Für uns gab es keine Schnittstelle, die uns das transparent gemacht hätte“, sagt Clark. „So überschwemmt wir unsere Kunden mit Befragungen, ohne die Möglichkeit zu haben, diese Daten kohäsiv auszuwerten und damit einen signifikanten Einblick in Kundenbedürfnisse zu gewinnen.“

Heute nutzt Paychex die InMoment-Plattform, um Befragungen zu erstellen und durchzuführen, Umfrageergebnisse zu verifizieren und zu analysieren sowie einen Closed-Loop-Feedback-Prozess auf lokaler wie auch unternehmensweiter Ebene zu etablieren. „Die `Do-It-Yourself`-Flexibilität und -Funktionalität von InMoment hat uns von Beginn an überzeugt“, erklärt Clark. „Ebenso die anpassbaren Tools, die Dashboards und Reports sowie das Spotlight Data Mining, das die Daten hervorhebt, auf die wir unseren Fokus legen sollten. Zudem hilft es uns schnell auf alle Probleme zu reagieren, von denen wir durch die Umfragen erfahren – und zwar in den meisten Fällen innerhalb einer Stunde.“

Vom Onboarding zum Kundenfeedback

Seit der Implementierung der InMoment-Plattform hat Paychex bereits über 79.000 Antworten auf seine Umfragen erhalten – das entspricht einer durchschnittlichen Responsequote von 10 Prozent. Zusätzlich zu einer jährlichen Ermittlung der Kundenloyalitätswerte, die sich auf den NPS als Basis-Score stützen, erhebt Paychex in speziell dafür entworfenen Befragungen sowohl transaktionale als auch inhaltlich orientierte Daten, um seine Kunden besser zu verstehen und ihre Anliegen zu erkennen.

Eine serviceorientierte Customer Experience beginnt mit einem unkomplizierten Onboarding-Prozess – dem wohl wichtigsten Schritt in jeder Kundenhistorie. „Zu verstehen, wie wir unserem Kunden das Onboarding bei uns so leicht wie möglich machen können, ist für unseren Erfolg äußerst entscheidend“, sagt Clark. „Über die kontinuierlich gepflegten Befragungen erfahren wir, welche Art an Entlastung unsere Kunden brauchen, um ihre Potenziale besser freisetzen zu können. So können wir jederzeit kurzfristig Vorgänge justieren, um den Prozess zu erleichtern. Wir haben den Anspruch, dass schon die erste Lohnabrechnung durch Paychex die Erwartungen unserer Kunden zu 100 Prozent erfüllt.“

Die Kundenloyalitätsbefragung erfüllt mehrere Zwecke, um auch einer Umfragemüdigkeit vorzubeugen. Beantwortet ein Kunde die NPS-Frage („Wie wahrscheinlich ist es, dass sie Paychex jemandem empfehlen?“) mit einer „10“, wird er anschließend gefragt, ob er bereit wäre, als Referenz für Paychex zur Verfügung zu stehen. „Diese Funktion ist für unser Sales Team bei einem schnelleren Abschluss von Verträgen sehr hilfreich, da wir jetzt einen Prozess dafür haben, potenzielle Kunden mit authentischen Kundenreferenzen zu überzeugen“, sagt Clark.

Darüber hinaus lassen sich mithilfe der Loyalitätsbefragung – in Kombination mit Spotlight Data Mining – auch jene Kunden ermitteln, die ihre Verträge unter Umständen nicht verlängern wollen. Sie werden an das Kundenbindungsteam weitervermittelt, das gemeinsam mit dem Kunden bestehende Probleme abbaut. Eine erfolgreiche Strategie, denn immerhin bleiben 50 bis 60 Prozent der bis dahin unzufriedenen Kunden Paychex anschließend doch treu. Paychex wendet daher einen ähnlichen Ansatz nun auch im Vertriebsbereich an.

Den Feedback-Prozess erfolgreich abschließen

Alle Informationen aus den Erhebungen werden – nahezu in Echtzeit – in individualisierten und leicht verständlichen Dashboards den Führungskräften zur Verfügung gestellt. John Taylor von Paychex nutzt diese Dashboards inzwischen täglich: „Sie helfen uns dabei, Entscheidungen zu Projekten, zur Mittelverwendung, zu Applikationen und zu vielem mehr zu treffen – und das nahezu in Echtzeit. Wenn Sie ein Unternehmen mit fast drei Milliarden Dollar Jahresumsatz führen, müssen Sie mit Ihren Kunden auf einer Wellenlänge sein und genau wissen, was sie denken und tun – die CXDashboards helfen uns dabei äußerst effektiv.“

Auch Kundenverantwortliche und Frontline-Spezialisten an 82 unterschiedlichen Standorten nutzen die Dashboards, um laufend Feedback auf aktuelle Maßnahmen zu erhalten und so täglich Entscheidungen zu Prozessen oder Strategien treffen zu können. Zudem bedanken sich diese Spezialisten auch regelmäßig bei den Kunden für deren Feedback und berichten ihnen, was Paychex in direkter Folge auf ihr Feedback unternommen hat.

Generell hat sich seit der Implementierung der InMoment Plattform bei Paychex vieles verbessert. „Wir nehmen nun die zentralen Reibungspunkte (wie Software, Verkaufsablauf und den Kundenservice) in den Fokus, um den Aufwand für unsere Kunden immer weiter zu reduzieren“, sagte Clark. „Wenn ein Problem auftaucht, können wir es jetzt schnell identifizieren und darauf reagieren.“

Wir vermitteln unseren Kunden die Sicherheit, dass wir ihr Feedback wahrnehmen – und die Probleme lösen. Und da wir auch eine Menge positives Feedback bekommen, spiegeln wir dies ebenso gerne als Motivation an unsere Mitarbeiter zurück, damit ihnen bewusst wird, wie hoch die Qualität ihrer Arbeit auch heute schon ist.“



Für weitere Informationen zum Thema Experience Management kontaktieren Sie uns:

DACH
+49 (0) 40 369 833 0

GB & IRLAND
+44 (0) 1494 590 600

USA
+1 385.695.2800

ASIEN-PAZIFIK
1800 271 670

per Email an sales@inmoment.com