

Durch die Verwendung der Lösungen von Diabolocom für den Kundenservice und die Entwicklung von SelfCare transformiert BazarChic seinen Mitgliederservice in eine Anlaufstelle für Kunden und ihre Meinung.



## KENNZAHLEN

- **10 Millionen** Mitglieder
- **1.500.000** versendete Pakete pro Jahr
- **20** Agenten

## KANAL



## HERAUSFORDERUNGEN

- Den Kundenservice zur Kundenzufriedenheit als Anlaufstelle für Kunden und ihre Meinung einrichten
- Vollständige Überarbeitung des E-Mail-Kanals
- Zunehmende Wichtigkeit von SelfCare

## Daten zur Optimierung des Sprachkanals

BazarChic hat sein Transformationsprojekt mit dem Sprachkanal begonnen, um die wichtigsten KPI zu verfolgen und über die Daten zur Anpassung der Belegschaft an das Anrufvolumen zu verfügen. Durch die Analyse der Geschäftsdaten, die von der Diabolocom-Lösung bereitgestellt werden, und der präzisen tagtäglichen Steuerung durch Mélanie Grignon, verantwortlich für den Service, hat der Kundenservice positive Wechselwirkungen geschaffen, die eine signifikante, nicht qualitative Kostenreduzierung in Zusammenhang mit der effektivsten Personalbesetzung nach sich ziehen.

*„Die präzisere Überwachung der Anrufe und der detaillierte Anrufverlauf ermöglicht es den Teams, die Arbeitsbelastung besser vorherzusehen. Für unsere Kunden bedeutet dies verkürzte Wartezeiten, verbesserte Anrufannahme und Reaktionsraten auf Anrufe. Dies sind 3 Indikatoren, die eine direkte Auswirkung auf die Kundenzufriedenheit haben.“*

## Eine vollständige Überarbeitung des E-Mail-Kanals

Die Inbetriebnahme der Lösung von Diabolocom für die Verwaltung der E-Mails fand in einem zweiten Schritt statt. Eine wichtige Grundlagenarbeit ging dem voraus. Sie beinhaltet:

- die Definition der redaktionellen Ausrichtung von BazarChic für diesen Kanal sowie die Überarbeitung der grafischen Darstellung für die E-Mails des Kundenservice und der Marketing-Abteilung;
- die Neuentwicklung aller bestehenden Reaktionsarten und die Erstellung neuer Reaktionen, um alle Situationen abzudecken, die ein Kunde erleben könnte.

Mit der Lösung von Diabolocom konnte BazarChic eine Reihe thematischer Anfragen einführen, die im Bereich „Auftragsverfolgung“ der Seite integriert sind. Die Rubrik „Kontakt“ zeigt alle möglichen Muster sowie die „Top Anfragen“ an.

# 95%

Reaktionsrate innerhalb von 24 Stunden

# - 50%

Kontaktrate pro Bestellung

# 20

Mitarbeiter im Kundenservice

Dank dieser Kategorisierung im Voraus werden die Anfragen präzise weitergeleitet und können in Abhängigkeit von der Arbeitsbelastung von einem oder zwei Agenten bearbeitet werden.

**„Der Agent muss nicht von einem Thema zum anderen wechseln: er kann stattdessen eine bestimmte Anfrageart behandeln, wenn der Bedarf besteht. Somit können die internen Teams und webhhelp agil handeln. Hinsichtlich der Produktivität sehen wir einen großen Unterschied: so können wir innerhalb von 24 Stunden auf 95 % der Anfragen unserer Kunden antworten.“**

### Zunehmende Wichtigkeit von SelfCare

Der verstärkte Einsatz von SelfCare ist ein Grundpfeiler der Digitalisierungsstrategie des Kundenservice von BazarChic. Wir möchten, dass die Kunden autonomer sind, vor allem in den Schritten vor dem Verkauf sowie bei praktischen Fragen im Kundendienst. Parallel zur Überarbeitung der Sprach- und E-Mail-Kanäle hat sich BazarChic der Vervollständigung und Stärkung der SelfCare-Tools auf seiner Website verschrieben. Die FAQ wurden aktualisiert, strukturiert und erweitert, sodass sie den Großteil der Fragen zu Bezahlung, Lieferung, Rücksendung, Erstattung usw. abdecken.

**„Die Lösung von diabolocom war ein Eckpfeiler der Neuausrichtung unserer Kundenpolitik. Dank ihr können wir die Kundenerfahrung mithilfe von Daten optimieren.“**

### Nächste Schritte

Nach der Verschlinkung des Sprach- und E-Mail-Kanals plant BazarChic die Einführung eines Chatbots, eines Chat und die Nutzung der Kundenmeinungen zur besseren Begleitung der Kunden, wann immer sie möchten oder der Bedarf besteht.

**„Dank unserer Investitionen und des Engagements unserer Partner diabolocom und webhhelp hat sich der Kundenservice bedeutend verbessert!“**

Kurzfristig plant BazarChic die Einrichtung eines Prozesses zur Messung der Kundenzufriedenheit, sowohl nach Interaktionen mit dem Kundenservice, als auch nach dem Einkauf.



**Julien-Henri Maurice**  
Marketing & Digital Director  
BazarChic