

Transformation After-Sales Prozesse in Richtung Digitalisierung und Customer Centricity

Unser Kunde - ein großer deutscher OEM - stand vor der Herausforderung, alle kundenorientierten After-Sales Prozesse im deutschen Markt zukunftsfähig in Richtung Digitalisierung und Customer Centricity auszurichten. Effizienzsteigerung, Kostenreduktion sowie die Erhöhung der Attraktivität für den Endkunden im After Sales standen dabei im Vordergrund.

Wir begleiteten die Entwicklung und das komplette Neudenken aller Prozesse zum einen fachlich und zum anderen auch mit der entsprechenden Change Management Expertise.

Besonderer Fokus lag auf der Einbindung der von der Veränderung betroffenen Mitarbeitenden. Ein repräsentativer Querschnitt aus allen beteiligten Direktionen wirkte an der Prozessentwicklung mit. Ein weiterer Erfolgsfaktor waren professionelle virtuelle Formate, die die Einbindung aller Beteiligten sicherstellten, Spaß machten und schnell zu sehr guten Ergebnissen führten. So konnte in den Prozessen Kosten- und Zeiteinsparungen von bis zu 50 % erreicht. Darüber hinaus wurden die Prozesse viel stärker auf die Kunde ausgerichtet.

