

[TIVIAN]

CX UND EX IN DEN MITTELPUNKT DES EINZELHANDELS STELLEN

Situation

Boden hat vor mehr als einem Vierteljahrhundert den Online-Einzelhandel revolutioniert und sich seitdem zu einem Modeunternehmen entwickelt, das für Lebendigkeit, Farbe und Qualität steht. Angefangen hat Boden als Katalogunternehmen, das sich auf Kundenzufriedenheit und -erfahrung konzentrierte. Inzwischen hat das Unternehmen online und in physischen Geschäften im Vereinigten Königreich und darüber hinaus expandiert, darunter in China, Deutschland und den USA.

Der Kunde ist König

Da Boden zuerst online tätig war, ist dem Unternehmen der starke Druck, der im Online-Business vorherrscht, bekannt. Man ist es gewohnt, sich zu verändern, um im Trend zu bleiben. Wenn es jedoch um die Kunden geht, ist das ein Druck, der nie nachlässt. Um sich darauf zu konzentrieren, bessere Produkte und eine bessere Customer Experience als die Konkurrenz zu bieten, muss man sich in die Köpfe der Kunden hineinversetzen können.



“ Um das gewünschte Wachstum zu erzielen, müssen wir noch stärker im Bereich der Kunden- und Datenorientierung sein als in der Vergangenheit”, erklärt Charlotte Wiggins, die bei Boden für die Forschung zuständig ist. “Während wir expandieren, müssen wir neue Wege finden, um Kundeninformationen zu sammeln, zu verstehen und das Geschäft entsprechend anzupassen. Wir wollten alles an einem einzigen Ort zusammenführen, um Kunden- und Mitarbeiterfeedback sowie Marktforschungsdaten mit einer einheitlichen Lösung zu sammeln und zu analysieren”.

Charlotte Wiggins, Research Manager, Boden.

Lösung

Boden entschied sich für die Zusammenarbeit mit Tivian, um die Feedback-Prozesse umzugestalten und eine zentralisierte Plattform für Kunden, Mitarbeitende und Marktforschung zu schaffen. Vor allem aber wollte man Synergien erzielen, die sich aus einer kombinierten Sicht auf die Daten aus den Bereichen Employee-, Customer- und Market-Experience ergeben. Tivian überzeugte Boden durch seine Fähigkeit, diese Flexibilität auf einer industrietauglichen Softwareplattform zu liefern, und vor allem durch sein Team und seinen Ansatz.

15k

Neben der Durchführung von CX Umfragen unterstützt Tivian auch das Marktforschungspanel mit 15.000 Kunden.

“ Wir haben jetzt eine Mitarbeiterbefragung, die unsere Werte und den Transformationsprozess, den wir derzeit durchlaufen, besser reflektiert. Die Einführung von vierteljährlichen Umfragen hat es uns ermöglicht die Mitarbeiterzufriedenheit zu einer der fünf wichtigsten Kennzahlen zu machen, da wir nun in die Stärke und Aktualität unserer Daten vertrauen können”.

Charlotte Wiggins, Research Manager, Boden.

800

Boden hat von einer einzigen, jährlichen Umfrage unter seinen 800 Mitarbeitern zu einem kontinuierlichen Ansatz gewechselt, der die Werte besser widerspiegelt.

Ein moderner Ansatz für Feedback

Die Tivian-Lösung für Unternehmensfeedback wird jetzt eingesetzt, um Feedback von Mitarbeitenden und Kunden zu sammeln. Neben der Durchführung von Kundenerfahrungsumfragen, unterstützt Tivian auch Bodens Marktforschungspanel mit 15.000 Kunden. Dies ermöglicht tiefe Einblicke und versetzt Boden in die Lage, neue Ideen und Produkte zu testen und zu verstehen. Was die Mitarbeitenden betrifft, so ist Boden von einer einmaligen, jährlichen Umfrage unter 800 Mitarbeitenden zu einem regelmäßigeren Ansatz übergegangen, der die Werte des Unternehmens besser widerspiegelt, mit vierteljährlichen Pulsbefragungen, um die Frequenz des Zuhörens zu erhöhen und mehr Flexibilität bei den nachfolgenden Maßnahmen zu haben.

“ Wir wussten, dass die Einführung neuer Methoden zum Einholen von Feedback eine große Herausforderung für uns sein würde. Wir wollten ein Team, mit dem wir zusammenarbeiten konnten, unsere Bedürfnisse versteht und uns hilft, voranzukommen”.

Charlotte Wiggins, Research Manager, Boden.

Ergebnisse

Boden sieht bereits deutliche Vorteile und hat das Gefühl, eine Plattform zu haben, die auch zukünftigen Anforderungen gerecht werden kann. “Wir haben jetzt eine flexiblere Plattform - auch wenn wir noch dabei sind, sie mit Hilfe von Tivian zu nutzen, können wir sehen, dass sie alles hat, was wir brauchen, um sicherzustellen, dass das Feedback im Mittelpunkt unseres Geschäfts steht”, sagt Charlotte Wiggins, die bei Boden für den Bereich Forschung zuständig ist.



Um bessere Produkte und eine bessere Customer Experience im Vergleich zur Konkurrenz zu liefern, muss man ganz nah am Kunden sein und zuhören.

Den Kreislauf mit den Kunden schließen

Da Boden für seine Kundenbefragungen die Technologie von Tivian nutzt, wird nun regelmäßiger Feedback eingeholt und das Unternehmen nutzt diese Erkenntnisse für eine fundierte Entscheidungsfindung. Dieser Geschäftswert wird sich weiter erhöhen wenn Boden Tivian in seine internen Systeme integriert, um das Feedback mit den Kunden und ihren Bestellungen zu verknüpfen.



Boden hat seine Lern- und Entwicklungsaktivitäten als Reaktion auf das Feedback erhöht und eine detaillierte Bottom-up Aktionsplanung implementiert.

Unterstützung des kulturellen Wandels und Förderung der HR-Strategie

Die Erkenntnisse aus dem Feedback der Mitarbeitenden werden nun genutzt, um den Schwerpunkt der Personalarbeit zu setzen und sicherzustellen, dass man den Bedürfnissen der Mitarbeitenden gerecht wird. Boden hat zum Beispiel seine Lern- und Entwicklungsaktivitäten als Reaktion auf das Feedback verstärkt und eine detaillierte Bottom-up-Aktionsplanung eingeführt.

“ Wir haben jetzt eine Mitarbeiterbefragung, die unsere unsere Werte und den Wandel, den wir derzeit vollziehen, besser reflektieren. Durch die Einführung vierteljährlicher Umfragen konnten wir die Mitarbeiterzufriedenheit zu einer der fünf wichtigsten Geschäftskennzahlen machen, da wir nun Vertrauen in die Stärke und Aktualität unserer Daten haben”.

Charlotte Wiggins, Research Manager, Boden.

Integration von Feedback für geschäftliche Veränderungen

Für Boden ist die Möglichkeit, Feedback mit anderen Daten zusammenzuführen potenziell transformativ. "Der große Gewinn ist für mich, wenn wir anfangen, Kundenfeedback mit Verhaltens- und Transaktionsdaten zu verknüpfen. Wir können dann die Auswirkungen des Kundenerlebnisses auf wichtige Finanzkennzahlen wie Loyalität und Customer Lifetime Value erkennen. Dazu sind wir noch nicht in der Lage, aber wenn wir es können, wird es eine transformative Wirkung haben", schließt Charlotte Wiggins.

Dank Tivian verfügt Boden nun über eine einzige Plattform, die die Sammlung von Feedback, die Analyse und den Austausch von Erkenntnissen zentralisiert. Dies stellt den Bereich Insights in den Mittelpunkt des Geschäfts, unterstützt die weltweite Expansion und stellt sicher, dass das Unternehmen den Bedürfnissen von Kunden und Mitarbeitenden gerecht wird, jetzt und in Zukunft.

Ziele:



Feedback von Kunden, Mitarbeitenden und Marktforschung zentralisieren



Sicherstellen, dass das Feedback im Mittelpunkt der unternehmerischen Entscheidungsfindung steht

Ergebnisse:



Qualitativ hochwertigere Einblicke von Kunden, Closed-Loop-Feedback



Möglichkeit, die Mitarbeiterzufriedenheit als wichtige Geschäftskennzahl zu verfolgen



Umfassende Plattform zur Integration von Feedback in Geschäftssysteme, die die Entscheidungsfindung unterstützen

Einsatzgebiete:

Employee Engagement, Customer Experience, Market Research

Zusammenfassung: CX und EX in den Mittelpunkt des Einzelhandels stellen

Über Boden

Boden wurde 1991 in West London gegründet und ist ein britisches Modeunternehmen. Das Unternehmen ist heute weltweit tätig und verkauft seine unverwechselbare, qualitativ hochwertige Kleidung online und in Geschäften, unter anderem in Großbritannien, China, Deutschland und den Vereinigten Staaten.

Situation

Die Modemarke Boden ist durch die Konzentration auf ihre Kunden gewachsen. Während das Unternehmen expandiert ist, musste es neue Wege finden, um Kunden- und Mitarbeiterfeedback zu sammeln, zu analysieren und darauf zu reagieren.

Lösung

Durch die Implementierung der Tivian-Plattform für Unternehmensfeedback verfügt Boden nun über eine eine einzige Lösung, um seinen Kunden und Mitarbeitenden zuzuhören und Marktforschung durchzuführen. Das Unternehmen kann regelmäßig Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit erheben, so dass das Engagement der Mitarbeitenden als Geschäftskennzahl verfolgt werden kann. Gleichzeitig erhält das Unternehmen hochwertigere Einblicke von Kunden durch Umfragen und panelbasierte Verbraucherbeforschung. All dies untermauert fundiertere Geschäftsentscheidungen innerhalb der Personalabteilung und des gesamten Unternehmens.

Ergebnisse

Dank Tivian hat Boden die Art und Weise, wie es auf Feedback hört und darauf reagiert verändert und stellt es in den Mittelpunkt des Unternehmens. Es nutzt das Feedback der Mitarbeitenden um Prioritäten für die Personalabteilung zu setzen und als Teil der Einführung neuer Werte. Auf der Kundenseite hilft es Boden, genauer auf das Feedback der Kunden zu hören, mit dem Plan, diese Daten in die internen Systeme zu integrieren, um den Kreislauf zu schließen und Erkenntnisse mit Kennzahlen wie dem Customer Lifetime Value zu verknüpfen.

[TIVIAN]

ÜBER TIVIAN.

Marktführer für Intelligent Experience Management

Mithilfe fortschrittlichster Analyse-Tools und modernster KI-Technologie unterstützt Tivian Unternehmen dabei, Feedback zu sammeln, Veränderungen zu kommunizieren und Verbesserungen zu messen – für effizientere Geschäftsentscheidungen und zur Identifikation entscheidender ökonomischer Erkenntnisse, ausgerichtet auf den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Tivian ist die erste Software-Plattform für Intelligent Experience Management mit einem 360-Grad-Ansatz und fördert nicht nur die Leistungsfähigkeit von Unternehmen, sondern ermöglicht ein effizienteres Management auf Basis wichtiger betrieblicher Erkenntnisse. Mit über 20 Jahren Erfahrung im Bereich Enterprise Feedback Management verhilft Tivian mehr als 400 Kunden in 35 Ländern dazu, ihre Unternehmensziele zu erreichen.

Weitere Informationen erhalten Sie hier:

<https://www.tivian.com/de/kontakt>