

Eine vollkommen neue Customer Experience beim Reifenwechsel

halfords

Die Herausforderung: Reifenservice im E-Commerce

Der Reifenkauf ist meist eine notgedrungene Maßnahme nach einem Platten, anderen Schaden oder bei Verschleiß. Die Customer Experience beim Besuch eines Reifencenters ist dabei oft verbesserungswürdig. Halfords Mobile Expert (HME) wollte diese Customer Experience durch die Bereitstellung eines Online-Montagedienstes verbessern, der die Werkstatt zum Kunden bringt. Mit dem problemlosen Einkauf und der schnellen Terminvergabe gemäß den Kundenwünschen profitiert HME von der Verbraucherstimmung, wonach immer mehr Menschen Waren und Dienstleistungen liefern lassen. Die Pandemie hat diesen Trend aufgrund der Möglichkeit einer kontaktlosen Bereitstellung noch verstärkt.

Routenplanung verbessert die Servicequalität

HME ist ein schnell wachsendes Unternehmen, dessen Erfolg zu einem großen Teil auf eine erstklassige Customer Experience zurückzuführen ist. Seit jeher sind die Kontrolle über die Kundenzufriedenheit am Montageort und die Erhebung entsprechender Kennzahlen von übergeordneter Bedeutung. Das Unternehmen konnte zehntausende 5-Sterne-Bewertungen auf Trustpilot, dem weltweiten Dienst für Verbraucherbewertungen, sammeln. Die betriebliche Effizienz und eine effektive Routenplanung waren entscheidend, da mobile Dienstleistungsunternehmen hohe Betriebskosten haben. Daneben sollte der Stress für Techniker reduziert werden, um wertvolle Mitarbeiter länger an das Unternehmen zu binden.

HME stand den gleichen Herausforderungen wie viele andere erfolgreiche E-Commerce-Startups gegenüber. Jeder Vorgang wurde manuell ausgeführt und verschiedene Probleme in der Logistik und im Kundenservice wurden mit punktuellen Lösungen beseitigt. Das Unternehmen war außerdem durch die verwendete Technologie in seiner Servicequalität eingeschränkt, da Terminplanungen nur halbtägig vorgenommen werden konnten. Um das Geschäft auszubauen und einen besseren Service durch Leistungen wie 2- oder 4-stündige Terminfenster und einen ununterbrochenen Buchungsservice für Kunden anzubieten, mussten modernere Lösungen eingeführt werden. Darüber hinaus musste HME die Produktivität von Servicerouten verbessern, um die steigende Kundennachfrage zu bewältigen und Kosten zu senken.

Unternehmensprofil

Halfords Mobile Expert
Produkte und Dienstleistungen
für Automobile und Fahrräder

Lösung von Descartes

Lösung von Descartes für die
Zustellung auf der letzten Meile

Informationen zum Kunden

Halfords ist der führende Einzelhändler für Produkte und Dienstleistungen für Automobile und Fahrräder in Großbritannien. Durch seine Autocenter ist Halfords außerdem eines der führenden unabhängigen Unternehmen für die Wartung und Reparatur von Fahrzeugen im Land. Halfords beschäftigt beinahe 10.000 Mitarbeiter im gesamten Land und hat seinen Hauptsitz in Redditch in den West Midlands.

LESEN SIE DIE GANZE GESCHICHTE →

Dynamische Terminplanung und Preisfindung beim Kauf

Um die Customer Experience zu verbessern und die betriebliche Effizienz zu steigern, hat sich HME für die Einführung einer dynamischen Lösung von Descartes für die Planung von Serviceterminen entschieden. Mit der Lösung von Descartes kann HME abhängig vom Auftrag und Standort des Kunden, bestehenden Aufträgen, der Flottenkapazität, Einschränkungen im Straßennetz und einigen anderen Faktoren eine einzigartige Auswahl von Serviceterminen anbieten. Die unterschiedlichen Optionen werden mit einem Punktesystem bewertet, wodurch HME auswählen kann, welche davon dem Kunden beim Kauf angeboten werden. Diese Optionen bieten Verbrauchern eine Auswahl und steigern die Dichte von Serviceterminen, was wiederum die Effizienz verbessert.

Bei der Buchung von Serviceterminen hat HME neue Maßstäbe gesetzt, indem eine dynamische Preisbildung eingeführt wurde, die auf den von Descartes angebotenen Terminoptionen und einem Algorithmus beruht, der weitere Faktoren berücksichtigt. Die dynamische Preisgestaltung erlaubt HME, die jeweiligen Kosten einzelner Servicetermine besser abzubilden. Sie beeinflusst außerdem das Käuferverhalten und erhöht die Lieferdichte und -effizienz. So konnte das Unternehmen seine operativen Margen steigern.

Innovative Anpassung von Pay-per-Click-Ausgaben an die Servicekapazitäten

Die Lösung von Descartes diente HME außerdem als Grundlage, mit der Pay-per-Click-Optimierung (PPC) eine weitere Innovation umzusetzen. Als Onlineunternehmen nutzt HME umfangreiche PPC-Werbekampagnen, um die Nachfrage für seine Dienstleistungen zu steigern. Da PPC einen großen Teil der Marketingausgaben verschlingt, wollte das Unternehmen unnötige Investitionen in Gebieten verhindern, in denen die Nachfrage bereits die Kapazität der Monteure erreicht hat. Da die Monteure speziell geschult und nicht frei auf dem Arbeitsmarkt verfügbar sind, konnte HME keine externen Anbieter beauftragen, um eine zu hohe Nachfrage auszugleichen. Stattdessen werden die Prognosefähigkeiten der Lösung von Descartes genutzt, um PPC -Werbung in bestimmten Regionen einzuschränken und so die Rendite aus Marketingausgaben zu maximieren.

Steigerung des kontaktlosen Services dank einer mobilen Anwendung

Um Monteure bei der erfolgreichen Durchführung ihrer Arbeit am Standort des Kunden zu unterstützen, entwickelte HME eine eigene mobile Anwendung, die den Monteur durch den Reifenwechsel führt und dabei Servicedaten und Bilder der Montage erfasst. Mithilfe der mobilen Anwendung, die in die Lösung von Descartes zur Terminplanung integriert wurde, stehen Monteuren alle notwendigen Informationen zur Durchführung des Services zur Verfügung. Dabei ist kein Kontakt mit dem Kunden erforderlich, was sich während der Pandemie als großer Vorteil erwiesen hat. HME nutzte die Gelegenheit außerdem, um zusätzliche Inspektionen an Fahrzeugen anzubieten, die Kundendatenbank mit empfohlenen Wartungen zu erweitern und weitere Informationen über den Verschleiß bestimmter Kombinationen aus Reifenmarken und Autoherstellern zu sammeln.



Reifenwechsel setzt neue Standards

HME hat den Reifenwechsel auf ein neues Niveau gehoben, indem das gesamte Verfahren auf ein Onlineunternehmen ausgelegt wurde, das eine erstklassige Customer Experience mit optimierten Arbeitsabläufen kombiniert. Mithilfe neuester Servicestrategien, Verfahren und Technologien konnte das Unternehmen innerhalb kürzester Zeit ein landesweites Servicenetz aufbauen. Die Lösung für die Planung von Serviceterminen von Descartes war ein wesentlicher Baustein von HME bei dieser Strategie und stellte dem Unternehmen eine Plattform zur Verfügung, um Umsatz und Gewinn zu steigern.