Culligan®

Culligan stellt den Kunden mit dem Live-Chat der Digital Customer Care Company in den Mittelpunkt



Digital Customer Care Company

Culligan stellt den Kunden mit dem Live-Chat der Digital Customer Care Company in den Mittelpunkt

“Webseiten-Besucher wollen heute ihre Fragen sofort stellen können - ohne einen anderen Kommunikationsweg wie E-Mail, Telefon oder soziale Medien nutzen zu müssen”, sagt Kaitlin Jurt, Social Media Specialistin bei Culligan. Unter anderem aus diesem Grund beschloss der globale Anbieter von Wasser- und Wasseraufbereitungslösungen, den Live-Chat an die Digital Customer Care Company auszulagern.

Sauberes Trinkwasser ist unser wichtigstes Lebensbedürfnis. Culligan versorgt jährlich 50 Millionen Kunden weltweit mit sauberem, besserem und schmackhafterem Wasser. Das Unternehmen tut dies mit einer Vielzahl von Dienstleistungen und Produkten, wie Wasseraufbereitungssystemen, Spendern, Enthärtern und Kühlern von 35 verschiedenen Marken wie Culligan Water, Zip Water, Zero Water, Blupura und Quench.

Das nordamerikanische Unternehmen bietet seine Dienstleistungen und Produkte über mehr als 900 Händler für Verbraucher und Unternehmen in 90 Ländern auf der ganzen Welt an, von den Vereinigten Staaten über Japan und Argentinien bis nach China.

Vom Besucher zum Lead

Bei Culligan stehen die Kunden an erster Stelle. Wie können wir sicherstellen, dass wir unseren Kunden direkt und gezielt online helfen können? Culligan sah die ideale Lösung im Live-Chat. Aber das Unternehmen hatte noch mehr Gründe, den Live-Chat zu nutzen. Das Anbieten einer Online-Chat-Funktion zum Beispiel ermöglicht es, Besucher in Leads umzuwandeln.

Darüber hinaus entwickelte Culligan eine neue Webseite und begann, verstärkt online zu werben. Gerade dann muss der Live-Chat richtig eingerichtet werden, um der wachsenden Zahl von Besuchern angemessen helfen zu können und einen Service zu bieten, der zum Erscheinungsbild der neuen Webseite passt.

“Wir brauchten nicht nur Kapazität, sondern auch Erfahrung”

Bedarf an Kapazität und Erfahrung

Culligan startete ein Pilotprojekt auf der nordamerikanischen Webseite, mit einem auf einer Seite sichtbaren Chat.

“Während dieser Zeit haben wir beschlossen, den Live-Chat einzusetzen”, sagt Jurt.” Ich habe den Chat auf unserer alten Website betrieben, nur auf der Startseite. Schnell wurde uns klar, dass wir beim Start unserer neuen Webseite Agenten für den Live-Chat brauchen würden, da das Chat-Widget auf jeder Seite erscheinen würde und das Volumen der Chats für uns zu hoch sein würde.“

Während dieser Zeit entdeckte Culligan auch, dass Live-Chat eine eigene Disziplin ist. “Neben der Kapazität brauchten wir auch Erfahrung im Live-Chat: einen externen Partner, der in der Lage ist, in kürzester Zeit Mitarbeiter zu finden und zu schulen, die den Besuchern unserer Webseite helfen.“

Englisch und Spanisch

Culligan entschied sich, einen Live-Chat-Partner zu suchen. Dieser Partner musste ein eigenes Team von Chat-Agenten zur Verfügung haben. Kundenfreundliche und serviceorientierte Mitarbeiter, die mit der Live-Chat-Software und der Salesforce-CRM-Anwendung vertraut sind, die Culligan verwendet.

Nordamerika ist der Hauptabsatzmarkt von Culligan. “Es wird manchmal vergessen, dass hier viel Spanisch gesprochen wird”, sagt Jurt. „Der spanischsprachige Markt in Amerika ist groß und wir haben viele Kunden in Südamerika. Aus diesem Grund sind zweisprachige Agenten erforderlich, und das Team musste in der Lage sein, mit den Besuchern der Webseite nicht nur in Englisch, sondern auch in Spanisch zu sprechen.“

Klare Kommunikation

Wie viele Agenten benötigen wir? Wie können wir sie am besten ausbilden? Und was wird von uns erwartet? Culligan hatte während des Auswahlverfahrens viele Fragen. Jurt: “Digital Customer Care Company hatte sofort klare Antworten auf alle Fragen.

Darüber hinaus erfüllten sie alle unsere Anforderungen, von einem engagierten Team bis hin zu Chats in verschiedenen Sprachen und erfahrene Agenten.

“Deshalb haben wir uns für Digital Customer Care Company entschieden.”

Innerhalb von ein paar Monaten war das engagierte Team einsatzbereit. Die drei Agenten und ihr Teammanager beantworten die Fragen der Besucher per Chat auf Culligan.com von 7 Uhr bis 21 Uhr an Wochentagen und von 7 Uhr bis 16 Uhr an Samstagen. Sie tun dies hauptsächlich auf Englisch und manchmal auf Spanisch. Bei Bedarf kann das Team auch französischsprachige Besucher, z. B. aus Quebec, in ihrer eigenen Sprache betreuen.

Vom Chat zum Termin

Bevor Besucher eine Frage stellen, füllen sie zunächst ein Formular mit ihren Kontaktdaten aus. Diese werden gleichzeitig in die API und die Salesforce CRM-Plattform eingegeben. Der Live-Chat-Agent hilft dem Besucher und leitet die Frage und die Daten an den nächstgelegenen Händler weiter. Hat ein Besucher eine Service- Frage, zum Beispiel eine Reklamation? Dann leitet der Agent die Kundendaten an die Kundenbetreuung weiter. So stellt Digital Customer Care Company zum Beispiel sicher, dass Culligan die Kundenbeziehung vom ersten Besuch vor Ort bis hin zu einem Termin pflegen kann. Der Live-Chat gibt Culligan auch mehr Kontrolle über die Kundenbeziehung. Jurt: “In der Vergangenheit lief der Kundenkontakt hauptsächlich über die Händler. Jeder von ihnen half den Kunden auf seine eigene Weise. Das hatte zur Folge, dass das Serviceniveau von Händler zu Händler unterschiedlich war. Der Live-Chat gibt uns die Möglichkeit, Verbrauchern auf der ganzen Welt einen einheitlichen, hochwertigen Service zu bieten.“ Jetzt, wo Culligan sich um alles gekümmert hat, was den Live-Chat betrifft, ist das Unternehmen bereit für den nächsten Schritt. „Da wir jedes Jahr digitale Anzeigen für mehrere demografische Gruppen schalten, wird der Webseitenverkehr nur weiter zunehmen. Das bedeutet mehr Chats und mehr Leads”, sagt Jurt. „ Wir haben einen stetigen Anstieg der an unser System übermittelten Leads im Vergleich zu der Zeit vor dem Live-Chat festgestellt.“ Jurt geht davon aus, dass das Aufkommen weiter zunehmen wird: „Im Moment reagieren wir nur, wenn Besucher eine Frage stellen, indem sie auf das Widget klicken, aber wir wollen auch proaktiv mit einem Live-Chat auf sie zugehen. Ich erwarte, dass die Zahl der Leads stetig zunimmt. Und mit dem gezielten Live-Chat von Digital Customer Care Company können wir diesen nächsten Schritt mit Zuversicht gehen.”

“Wir können die gesamte Kundenbeziehung pflegen, vom ersten Besuch vor Ort über die Buchung eines Termins bis hin zum Verkauf”



Digital Customer Care Company

KUNDENFALL

Culligan

Über Digital Customer Care Company

Digital Customer Care Company hilft europäischen und amerikanischen Kunden, alle Aspekte ihres Online-Kundenservices zu optimieren.

Das Unternehmen bietet ausgelagerten Kundenservice und Lead-Generierung durch Live-Chat, Facebook Messenger, Whatsapp und E-Mail für viel besuchte Webseiten (mindestens 50.000 monatliche Webseitenbesucher) und Facebook-Seiten.

Digital Customer Care Company tut dies in Deutsch, Französisch und Niederländisch von 7 Uhr morgens bis Mitternacht, 7 Tage die Woche und sogar 24/7 in Englisch und Spanisch.

Die Kunden sind große, internationale Unternehmen, bei denen der Kunde online im Mittelpunkt steht.

www.digitalcustomercare.eu/de/

Herausforderung

Bieten Sie unseren Webseiten-Besuchern die Möglichkeit, ihre Fragen direkt auf der Webseite zu stellen, wandeln Sie sie in Leads um und verbinden Sie sie mit ihrem örtlichen Händler.

Lösung

Live-Chat in Englisch, Spanisch und optional in Französisch durch ein engagiertes Team. An Wochentagen von 7 bis 21 Uhr und samstags von 7 bis 16 Uhr.

Vorteile

Optimierte Umwandlung von Live-Chat in Leads, zufriedene Kunden und ein strukturierter Prozess zur Steigerung der Online-Lead-Generierung.