

Digital Customer Care Company

Kroftman Structures verdoppelt die Anzahl der Angebotsanfragen mit Digital Customer Care Company

Kroftman Structures hat jeden Monat etwa 60.000 Webseiten-Besucher. Was können wir tun, um aus diesen Besuchern Interessenten zu gewinnen? Der Anbieter von Lagerhallen beauftragte Digital Customer Care Company um Fragen von Webseiten-Besuchern per Live-Chat zu beantworten. Das Ergebnis? Eine Verdoppelung der Verkaufsanfragen, mit 365 Anfragen im August gegenüber 164 im Vorjahr.

Kroftman ist ein weltweiter Anbieter von sowohl temporären als auch permanenten Lagergebäuden wie Lagerzelten, Schuppen, Silos und Containerüberdachungen. Verschiedene Unternehmen nutzen diese Produkte für verschiedene Anwendungen, wie zum Beispiel für einen geschützten Arbeitsplatz, landwirtschaftliche Lagerräume oder eine Garage für Werkzeuge, Maschinen und sogar Hubschrauber. Die Herkunft des Kundenstamms ist ebenfalls vielfältig, von Bergbauunternehmen in Südamerika bis hin zu Landwirten in Deutschland. Die meisten Kunden kommen jedoch aus Deutschland. Ein zusätzlicher Vorteil ist, dass der Spezialist für Lagereinrichtungen seinen Sitz in Babberich, nahe der deutschen Grenze, hat. Darüber hinaus hat Kroftman eine deutsche Niederlassung.

Steigende Konvertierung

Kroftman wollte aus seinen 60.000 Webseiten-Besuchern pro Monat mehr Kaufinteressenten machen. Erstens, durch die Erneuerung der Webseite. Als dies jedoch länger dauerte als geplant, begann

"Wir verkaufen komplexe Produkte. Wir wollten auf der Webseite Informationen auf benutzerfreundliche Weise bereitstellen"

das Unternehmen nach anderen Möglichkeiten zu suchen und kam schnell zu Live-Chat. Live-Chat. Diese Art der Kommunikation mit Webseiten-Besuchern erfolgt über ein Pop-up-Chat- Fenster. "Die Produkte, die wir verkaufen, sind recht komplex, weshalb wir damit rechnen müssen, dass die Besucher Fragen haben werden. Durch einen Live-Chat können wir ihnen einfach und sofort Antworten auf ihre Fragen geben, was dazu beitragen kann, dass die Besucher die Webseite nicht zu früh verlassen, und auch dazu, dass wir Leads gewinnen, die sonst vielleicht nicht zustande gekommen wären", sagt Sandra Witjes, Online Marketer bei Kroftman Structures.

"Außerdem haben wir gesehen, dass einige unserer Mitbewerber auch einen Live-Chat auf ihren Webseiten anbieten. Wir wollten nicht zurückbleiben, vor allem, weil wir den Wunsch haben, mehr Kunden zu gewinnen."

Verwalteter Live-Chat

Kroftman konnte keine eigenen Mitarbeiter für Live-Chats einsetzen, weshalb sich das Unternehmen entschied, diesen Service komplett auszulagern. "Wir waren anfangs recht kritisch", meint Witjes. "Sind unsere Produkte nicht zu komplex, als dass ein Externer Antworten auf technische Fragen geben kann? Und sind sie in der Lage, die Fragen unserer Kunden auf Deutsch zu beantworten, wenn es um Fachbegriffe geht?".

Deshalb hat sich der Lagerspezialist auf die Suche nach einem Live-Chat-Anbieter gemacht, der einen mehrsprachigen Service anbietet. Kroftman entschied sich für den verwalteten Live-Chat von Digital Customer Care Company. Damit nimmt Digital Customer Care Company Kroftman alles ab, was mit dem Live-Chat zu tun hat, so dass ein Chat-Team sieben Tage die Woche von 7 bis 23 Uhr zur Verfügung steht. Wie funktioniert das? Wenn ein Besucher zu einer bestimmten Zeit auf der Webseite aktiv ist, wird sich ein Chat-Mitarbeiter an ihn wenden. Auf diese Weise entsteht ein
Gespräch, das in der Regel zu einem neuen qualifizierten Lead und einem zufriedenen potenziellen Kunden führt. Digital Customer Care Company berechnet einen Festpreis pro Lead.

Testphase

Während einer umfangreichen zweimonatigen Testphase überzeugte Digital Customer Care Company Kroftman, dass es mit den Produktkenntnissen und den deutschen Sprachkenntnissen gut läuft.





Digital Customer Care Company hat deutschsprachige Muttersprachler im Team. Um technische Fragen richtig beantworten zu können, arbeitet Digital Customer Care Company mit einer internen, selbst entwickelten Wissensdatenbank.
In einem ausführlichen Vorgespräch vermittelt Kroftman zunächst die notwendigen Kenntnisse und technischen Produktinformationen. Erfordert eine Frage tieferes, technisches Wissen, leitet Digital Customer Care Company diese Frage direkt an Kroftman weiter. Sobald die Frage beantwortet ist, wird sie von Digital Customer Care Company in die Wissensdatenbank aufgenommen.

Auf diese Weise wird die Wissensdatenbank immer umfangreicher und der entsprechende Chat-Service immer weiter verfeinert. Neben der Überprüfung der Deutsch- und Technikkenntnisse hatte Kroftman noch einen dritten Grund für die Testphase. “Woher wissen wir, ob uns Live-Chats
genügend qualifizierte Leads liefern?”, sagt Witjes. “Um die Kosten während der Testzeitphase unter Kontrolle zu halten, setzten wir uns ein Maximum von 100 Leads pro Monat. Das schien ein ehrgeiziges Ziel zu sein, aber Digital Customer Care Company gewann bald mehr als 100 Leads pro Monat, noch bevor die Testphase beendet war.”

Mehr Angebotsanfragen

Seit Kroftman den verwalteten Live Chat einsetzt, hat sich die Konvertierung und die Anzahl der Leads von Webseiten-Besuchern deutlich gesteigert. Witjes: “Letztes Jahr im August wurden 164 Angebote an Kunden verschickt. Dieses Jahr waren es im August waren es 365. Dieser Anstieg ist zum größten Teil auf die Digital Customer Care Company zurückzuführen.” Dies scheint auch der Fall zu sein, wenn man die Zunahme der Leads aus Live-Chats betrachtet, die in den Sommermonaten von 106 im Juni, auf 122 im Juli und auf 193 im August gestiegen sind. “Wir erwarten, dass sich dieser Aufwärtstrend fortsetzt, denn der August ist traditionell ein ruhiger Monat.” Digital Customer Care Company hält Kroftman über einen monatlichen Bericht auf dem Laufenden.

Weniger Telefonanrufe

“Der verwaltete Live-Chat bedeutet auch eine Zeitersparnis für unser Vertriebsteam”, sagt Witjes.
“Wo sie früher einen Folgeanruf tätigen mussten, weil eine E-Mail oder ein Kontaktformular unzureichende Informationen enthielt, um sofort ein kostenloses Angebot zu erstellen, erhalten sie jetzt oft einen qualifizierten Lead, mit allen Kontaktdaten, Kundenansprüchen und dem gewünschten Produkt.”

“Der verwaltete Live-Chat bringt unserem Vertriebsteam Zeitersparnis”

Dies gilt auch für die nicht qualifizierten Leads, nur dass der Kunde in diesem Fall kein Standardprodukt, sondern ein individuelles Produkt wünscht. “Die Vertriebsmitarbeiter werden auch nicht ständig durch Telefonanrufe unterbrochen, die zeitaufwändiger sind als die Bearbeitung von Leads über Live-Chats.“ Besucher bevorzugen oft den benutzerfreundlichen Kontakt über Digital Customer Care Company anstelle des Telefons.
Tagsüber kann Digital Customer Care Company innerhalb von 5 Minuten nach Beendigung des Chats neue Leads an Kroftman senden. “Wenn also ein Vertriebsmitarbeiter bereit ist, Leads weiterzuverfolgen, liegen meist schon drei oder vier Leads bereit.”
Ein weiterer Vorteil von Live-Chats ist, dass Kroftman seinen Kunden einen freundlichen, zusätzlichen Service bietet. “In Zukunft werden wir ganz sicher auch auf unserer neuen Webseite Live-Chats anbieten, denn Digital Customer Care Company hat unsere Erwartungen mehr als übertroffen.”, sagt Witjes. “In Bezug auf die Kundenzufriedenheit, den Komfort und die Zeitersparnis, aber vor allem in Bezug auf die Anzahl der qualifizierten Leads.“

Digital Customer Care Company

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/

KUNDENFALL

KROFTMAN®

Herausforderung

Kroftman wollte die Anzahl der Leads aus Webseiten-Besuchen erhöhen, ohne viel Zeit und Geld zu investieren.

Lösung

Mit verwaltetem Live Chat, übernimmt Digital Customer Care Company von Kroftman alles, was mit Live-Chat zu tun hat: Chats, technische Fragen, Erweiterung der Wissensdatenbank, die Strukturierung, die Bereitstellung von Lead-Informationen und die Berichterstattung.

Vorteile

Die Zahl der Angebotsanfragen hat sich mehr als verdoppelt und die Anzahl der Leads aus Live-Chats nimmt weiter zu. Außerdem spart das Vertriebsteam Zeit durch den Erhalt von vollständigen und qualifizierten Leads.