

Fallstudie Phone House



Mit der Personalisierung eines Videospiele wird der Kunde in den Mittelpunkt des Geschäfts gerückt

Phone House erzielt in den Läden, in denen die Schulung abgewickelt wurde, einen um 4 % höheren Umsatz und eine Steigerung der Kundenempfehlungsrate (NPS) um 12,8 %.

Phone House

◆ **Unternehmen:** Phone House.

◆ **Industriebereich:** Telekommunikation.

◆ **Programmdaten:**

Zeitraum: **Februar - April 2017**

Geschulte Mitarbeiter: **1.000** 

◆ **Ziele:**

Konsolidierung einer kulturellen Änderung, um den Kunden in den Mittelpunkt des Geschäfts zu rücken.

Verstärkte Anwendung der vom Unternehmen festgelegten Regeln für die Verkaufs- und Kundenbetreuungsverfahren.

Verbesserung der Kundenerfahrung zur Erhöhung der Umsatz- und Empfehlungsrate (NPS).

◆ **Lösung:**

Personalisierung und Einführung des *Serious Game* zur Kundenbetreuung 2100.

◆ **Ergebnisse:**

4%  Höherer Umsatz in den Läden, in denen die Schulung durchgeführt wurde.

12,8% Steigerung der Kundenempfehlungsrate (NPS).

98,5% Kursabschlussrate.

96,8% Kursanwendbarkeitsrate.

Phone House: Der Kunde steht über allem

Phone House ist eines der bekanntesten Unternehmen im Bereich des Verkaufs von Elektronik- und Mobilgeräten, DSL-Netzen, Fernsehen und sonstigen Telekommunikationsdienstleistungen. Die Marke verfügt über 2.400 Verkaufsstellen in acht europäischen Ländern und ca. 10.000 Mitarbeiter.

Für ein Unternehmen dieser Art mit direktem und täglichem Kontakt mit seinen Käufern ist ein guter Kundenservice in den Läden von grundlegender Bedeutung für das Aufrechterhalten einer positiven Geschäftsentwicklung. In einer sehr komplexen und ständig wechselnden Branche, in der jeden Monat neue Konkurrenten und neue Technologien entstehen, hat man sich bei Phone House immer darum bemüht, den Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmensstrategie zu rücken und diese Tatsache zu einem Wettbewerbsvorteil zu machen, der das Unternehmen von der Konkurrenz unterscheidet.

Das Ziel: Einführung eines konkreten Verkaufsstils in den über 500 Läden

Eines der wichtigsten Ziele war es, die kulturelle Veränderung im Unternehmen zu konsolidieren und den Mitarbeitern zu Bewusstsein zu bringen, wie wichtig der Kunde ist. Man wollte bei Phone House erreichen, dass sich sowohl die Geschäftsführer als auch die Angestellten im Laden der Konsequenzen bewusst werden, die jede einzelne ihrer Vorgehensweisen beim Bedienen eines Kunden hat. Mit anderen Worten, man wollte eine eindeutige Botschaft vermitteln, die sich tief im Unternehmen festsetzen und die Gewohnheiten der 1.000 Mitarbeiter in über 500 Läden in Spanien verstärken sollte.

Des Weiteren sollte auf jeden Fall sichergestellt werden, dass die Mitarbeiter den Verkaufsstil von Phone House kennen und die vom Unternehmen festgelegten Vorgehensweisen im Alltag anwenden. Im Unternehmen bestehen mehrere konkrete Regeln bezüglich der Kundenbetreuung (Art der Begrüßung, Abschluss eines Verkaufs, Rückgabe eines Produkts usw.), die in allen Läden verstärkt bekannt gemacht und angewendet werden sollten. Zudem wollte man auch die Möglichkeit nutzen, den Mitarbeitern in den Läden Informationen über

„Bei Schulungen sind heutzutage, in der digitalen Ära, Neuerungen erforderlich. Nicht einfach nur Neuerungen um ihrer selbst willen, sondern Neuerungen mit einem konkreten Ziel. Und das Spiel funktioniert. Wir arbeiten nun schon seit 6 Jahren mit Gamelearn zusammen. Das hat uns bisher viel gebracht, und wir möchten damit fortfahren.“

Carlos Rubio | Schulungs- und Entwicklungsleiter bei Phone House Spanien

die zahlreichen und komplizierten Produkte zu vermitteln, die sie verkaufen (Mobilfunktarife, die verschiedenen Mobilgerätemarken, die jüngsten Neuheiten im Bereich der Telekommunikation usw.).

Die Lösung: Personalisierung des Serious Game 2100 über Kundenbetreuung

Phone House hat bereits in früheren Jahren andere Schulungsprogramme anhand von Videospielen erfolgreich eingeführt (*Game-based Learning*). Aufgrund dieser positiven Erfahrungen beschloss man nun, die oben genannten Ziele umzusetzen und ein weiteres ernstes Spiel (*Serious Game*) zu verwenden: Das futuristische Spiel 2100.

Für Phone House bot diese Lösung mindestens vier Vorteile:

- ◇ **Personalisierung.** Das Unternehmen konnte alle Inhalte in das Videospiel aufnehmen, die es für angebracht hielt, also sowohl theoretische Lektionen für die Mitarbeiter als auch insbesondere reale Situationen, die getreu die in den Läden von Phone House auftretenden Probleme und Fragen darstellten. Damit konnten sich die Angestellten nicht nur mit dem Videospiel identifizieren (es erschienen das eigene Logo und der Name des Unternehmens), sondern vor allem wurde das Spiel zu einer idealen Plattform, um den Mitarbeitern die konkreten Vorgehensweisen und den Verkaufsstil des Unternehmens zu vermitteln.
- ◇ **Maximale Verfügbarkeit.** Da man zum Spielen lediglich einen Internetanschluss braucht, konnten die Mitarbeiter von ihren Computern, Tablets oder *Smartphones* aus darauf zugreifen (ohne irgendeine *Software* installieren zu müssen) und damit jederzeit und überall an der Schulung teilnehmen. Dies brachte wesentliche Kosteneinsparungen für das Unternehmen mit sich, da alle Leiter der Phone House-Läden in Hunderten von Kilometern Entfernung voneinander diese Schulung durchführen konnten.
- ◇ **„Lernen durch praktische Anwendung“ (*learning by doing*).** Die Geschäftsleitung von Phone House war besonders an tiefgreifenden Auswirkungen der Schulung beim Personal interessiert, damit sich unter den Mitarbeitern neue Gewohnheiten verbreiten. Viele der Regeln und Vorgehensweisen, die das Unternehmen durchsetzen wollte, waren bei den Angestellten zwar bereits bekannt, wurden jedoch einfach nicht in die Praxis umgesetzt. Mit dem Simulator von 2100 wurde mit dem Videospiel vom

„Wir möchten dafür sorgen, dass jeder einzelne unserer Verkäufer weiß, welche Regeln er befolgen muss, welche Fragen die empfehlenswertesten sind oder welche Vorgehensweisen die besten sind, um sich gut in den Kunden hineinversetzen zu können. Und 2100 entsprach unseren Bedürfnissen in vielen Punkten.“

Eva Olavarrieta | HR-Leiterin bei Phone House Spanien



„Die Personalisierung hat alle möglichen Vorteile. Wem gefällt es nicht, ein exklusives Produkt zu haben? Wem gefällt es nicht, sich bei einer Schulung mit seiner Marke identifizieren zu können?“

Eva Olavarrieta | HR-Leiterin bei Phone House Spanien

ersten Augenblick an die praktische Anwendung gewährleistet, sodass die Mitarbeiter mit Sicherheit nicht nur die Konzepte und Informationen bezüglich der Produkte lasen, sondern auch das Gelernte in die Praxis umsetzen und sich entsprechend verhielten.

- ◇ **Eine unterhaltsame und innovative Erfahrung.** Phone House zeichnet sich durch sein Engagement für Innovation und Technologie aus. Deshalb diente die Benutzung eines *Serious Game* wie 2100 dazu, diese Prinzipien des Unternehmens aufrechtzuerhalten und zu verstärken, und gleichzeitig einen unterhaltsamen und andersgearteten Lernprozess für das Personal zu bieten.

Ergebnis: Mehr Vorteile und bessere Empfehlungsraten

Die Schulung mit dem Videospiel 2100 wird von den Verantwortlichen für Schulung und Entwicklung des Unternehmens als „enorm großer Erfolg“ erachtet. Die neue Aneignung von Fertigkeiten bei der Kundenbetreuung hat dazu beigetragen, dass die Läden, in denen diese Schulung durchgeführt wurde, von Januar bis April 2017 um 4 % höhere Umsatzergebnisse erzielen konnten, als die Läden, die nicht am Programm teilgenommen hatten.

Das Unternehmen hat zudem auch eine neue Kultur unter den Mitarbeitern und einen wesentlichen Fortschritt bei der Verbesserung der Kundenerfahrung festgestellt. In diesem Zusammenhang konnte innerhalb von nur sieben Monaten die Kundenempfehlungsraten (Net Promotor Score, kurz NPS) um 12,8 % gesteigert werden. Die Läden, in denen das Spiel 2100 durchgeführt wurde, konnten zudem auch bessere Bewertungen in den Berichten der Testkäufer (*Mystery Shopping*) erzielen.

All diese Daten weisen auf eine erfolgreiche Schulung hin, mit der die Kunden in den Mittelpunkt des Geschäfts von Phone House gerückt werden konnten.

„Mit dem Videospiel merkt man, welche Fehler man im Alltag begeht und welche Fehler sich bereits in die Routine eingeschlichen haben. Man erinnert sich an vieles, was man vergessen hatte und man lernt neue Dinge dazu, die man vielleicht noch nie in die Praxis umgesetzt hatte.“

María Hermoso Iruela | Ladenmanagerin bei Phone House Spanien

Höherer Umsatz:



Steigerung der Kundenempfehlungsraten (NPS):



Kursabschlussrate:



Kursanwendbarkeitsrate:

