

REFLEXIS



Zeitgewinn im Tagesgeschäft:

Smarter Personaleinsatz erhöht
Kundenzufriedenheit

EINLEITUNG

Der Einzelhandelssektor in Deutschland – und insbesondere der stationäre Handel – steht derzeit unter enormen Druck, weil er sich mit zahlreichen Herausforderungen in verschiedenen Bereichen konfrontiert sieht. Dazu gehören unter anderem Umsatzrückgang, steigende Kosten und scharfer Wettbewerb von Online-Händlern.

Beispiele für den wachsenden Druck von Einzelhandelsunternehmen finden sich überall:

- Die Hälfte der Einzelhändler berichtete über enttäuschende Umsätze im Weihnachtsgeschäft. Filialen im Stadtzentrum schnitten laut dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) am schlechtesten dabei ab.
- George Garfield Weston, CEO von AB Foods, Inhaber von Primark, sagte, dass der deutsche Einzelhandel im letzten Jahr einen sogenannten Käufermarkt erlebt habe.
- Ceconomy, der größte europäische Elektro-Einzelhändler mit Sitz in Berlin, korrigierte seine Umsatzprognose für 2018/19 nach unten. Die Aktien des Unternehmens verloren im letzten Jahr Dreiviertel ihres Wertes.

Aufgrund dieser schwierigen Marktsituation tendieren Einzelhandelsunternehmen möglicherweise dazu, ihre operativen Kosten zu senken, um profitabel zu bleiben. Allerdings stellen viele Einzelhändler fest, dass sich dies sowohl auf den Kundenservice in der Filiale als auch auf das Kundenerlebnis insgesamt negativ auswirkt, obwohl das Filialgeschäft doch gerade jetzt besonders großen Wert auf diese Faktoren legen sollte, um sich von seinen Online- und Offline-Wettbewerbern abzuheben.

Clevere Einzelhandelsunternehmen nutzen stattdessen neue Technologien, um das gesamte Potenzial ihrer Filialmitarbeiter auszuschöpfen und maximal davon zu profitieren. Indem Einzelhändler ihren Personaleinsatz und die Aufgabenverteilung effizient managen, können sie ungenutzte Werte freisetzen, Qualitäten maximieren, die sie von ihren

Wettbewerbern unterscheiden und ihre Verkaufszahlen in den Filialen deutlich steigern.

Wenn der Dienstplan auf die Kundenfrequenz und die Aufgabenmenge abgestimmt ist, können Filialmitarbeiter produktiver arbeiten und Kunden ein erstklassiges Einkaufserlebnis bieten.

Um in diese Gleichung auch die Kundenerwartungen einzubringen, müssen Einzelhandelsunternehmen zunächst einmal verstehen, was Kunden von Filialmitarbeitern erwarten. Diese Anforderungen beeinflussen dann, wie Filialmitarbeiter gemanagt werden und wie man Aufgaben priorisiert, um die immer komplexer werdenden Erwartungen, die an Filialen gestellt werden, einschließlich Schadensvermeidung, Promotions, Employee Self-Service und Produktrückrufe, optimal zu erfüllen.

Das Marktforschungsunternehmen Viga hat 1.000 Konsumenten in Deutschland befragt (wobei wir auf eine ausgewogene Mischung der Geschlechter und demografischer Gruppen geachtet haben), was sie sich von Filialmitarbeitern wünschen, was sie von ihnen erwarten und schließlich, was guter Kundenservice für sie bedeutet.

Die steigende Komplexität im Einzelhandel muss vereinfacht werden

Filialleiter und ihre Teams werden in ihrem Arbeitsalltag mit immer höherer Komplexität konfrontiert. Die Erfüllung der stetig wachsenden Aufgabenanzahl führt dazu, dass weniger Zeit auf wertvolle Kundeninteraktionen verwendet wird, die für Umsatz sorgen. Hier nur einige Beispiele der Aufgaben, die erfüllt werden müssen:

Audits zur Filialsicherheit

Produktrückrufe

Preisanpassungen am Verkaufsort

Detaillierte Produktinformationen für Hunderte von SKUs eingeben

Neue Planogramme umsetzen

Visualisierung von Promotionen

Click-and-Collect-Aufträge ausführen

Schadensvermeidung

Warnungen bei niedrigem Lagerbestand

Urlaubsanträge

Schichtmuster anpassen

Kaputte Hardware melden und Lösungen dafür finden

Marktführende, digitale Workforce Management Lösungen vereinfachen diese komplexe Arbeitsumgebung jetzt mit Filialabläufen in Echtzeit, während sie die Personalkosten durch eine digitale Personaleinsatzplanung optimieren – und all das mit Zugriff von einem einzigen Mobilgerät aus.

FILLIALMITARBEITER SIND IMMER NOCH DER SCHLÜSSEL ZU MEHR UMSATZ

In einer Umfrage des Marktforschungsunternehmens Viga wurden 1.000 repräsentative Konsumenten gefragt, inwiefern die Leistung der Filialmitarbeiter ihre Markentreue beeinflusst und wie sie sich auf ihre Kaufentscheidung vor Ort in der Filiale auswirken kann. Ihre Antworten untermauerten ganz klar die Schlüsselrolle der Filialmitarbeiter in unterschiedlichsten Bereichen. Eine bedeutende Mehrheit der Befragten sagte, dass Filialmitarbeiter über eine positive oder negative Einkaufserfahrung entscheiden und dass der Einfluss ihrer Handlungen nicht damit endet, wenn Kunden das Geschäft verlassen. Vielmehr prägen sie sich in das Gedächtnis der Kunden ein und hinterlassen eine bleibende Erinnerung, welche sich nicht nur auf den einzelnen Mitarbeiter, sondern auf das gesamte Unternehmen und seine Marke bezieht. Unsere Befragungen zeigten ganz klar, dass „guter Service“ fast immer zu Wiederholungskäufen führt.

Und wie Sie vielleicht ahnen, hatten negative Kundenerfahrungen den gegenteiligen Effekt. Die Befragten gaben an, dass schlechter Service höchstwahrscheinlich dazu führen würde, dass sie ihre Einkäufe in der Filiale nicht abschließen, ihre Freunde und Familie über den Einzelhändler oder die Marke informieren und meist nicht mehr in die Filiale zurückkehren würden.

Cloud-basierte Workforce Management
Systeme können die Effizienz der
Personaleinsatzplanung um 57,6 % steigern

57.6%

AKTIV WERDEN

Die Studie zeigt, dass Filialmitarbeiter immer noch der Schlüssel für das Generieren von Umsatz sind. Wenn sie gute Leistungen erbringen, sind Konsumenten zufrieden und kaufen ein. Wenn Einzelhandelsunternehmen wirklich den Wert ihrer Filialmitarbeiter optimieren wollen – d. h. ihnen mehr Zeit und die Ressourcen zur Verfügung stellen, die sie benötigen, um ihren Job gut zu machen – brauchen sie eine bessere Methode, diese wertvolle Ressource zu managen. Die zahlreichen, unzusammenhängenden Methoden (E-Mail, Excel-Tabellen, Ausdrücke, mündliche Anweisungen), die derzeit verwendet werden, sind zu umständlich und ineffizient. Es wird zu viel Zeit darauf verwendet, dieses veraltete System am Laufen zu halten, und noch mehr Zeit geht verloren, wenn dies nicht gelingt. Einzelhandelsunternehmen, die ihre Prozesse digitalisieren, um eine einzige Echtzeit-Übersicht über die Personaleinsatzplanung und Filialabläufe zu erhalten, steigern deutlich ihre Produktivität und sichern sich einen wichtigen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Einzelhändlern.

Alle Prozentangaben beziehen sich auf die Antworten 'stimme zu/stimme stark zu'

Guter Service eines Filialmitarbeiters würde dazu führen, dass ich
wieder bei diesem Einzelhändler/dieser Marke einkaufe

74.6%

Der Service, den mir ein Filialmitarbeiter bietet, führt zu einem bleibenden
Eindruck über die Marke oder das Einzelhandelsunternehmen

69.8%

Guter Service eines Filialmitarbeiters ist der Grund dafür, dass ich
eine Marke ein Einzelhandelsunternehmen einem anderen vorziehe

68.7%

Schlechter Kundenservice hat dazu geführt, dass ich meine ausgewählte Ware
zurückgelegt und die Filiale verlassen habe, ohne etwas zu kaufen

65.3%

Schlechter Service hat dazu geführt, dass ich meine Freunde und Familie
davor gewarnt habe, bei der Marke/dem Einzelhändler einzukaufen

64.2%

Schlechter Service hat dazu geführt, dass ich den Eindruck, den
ich von einem Einzelhändler/einer Marke hatte, revidiert habe

63.2%

Filialmitarbeiter sind entscheidend
für mein Einkaufserlebnis

62.7%

In einer Filiale mit gutem Kundenservice würde
ich höchstwahrscheinlich mehr ausgeben

61.8%

Filialmitarbeiter sind der Schlüssel dafür, dass ich
ein positives Einkaufserlebnis in der Filiale habe

61.1%

Schlechter Service hat dazu geführt, dass ich nie wieder bei
einem Einzelhändler oder einer Marke einkaufen werde

58.6%

Ich würde Defizite eines Produktes eines Einzelhändlers
eher akzeptieren, wenn sein Kundenservice gut ist

45.2%

WAS ERWARTEN KONSUMENTEN VON FILIALMITARBEITERN?

Alle Prozentangaben beziehen sich auf die Antworten 'stimme zu/stimme stark zu'

Zeigen, wo sich Produkte in der Filiale befinden

64.5%

Fragen zu dem Produkt, dass ich kaufen möchte, beantworten oder Abfragen durchführen

55%

Regalauffüllung, damit immer genügend Produkte verfügbar sind

54.8%

Alternative Produkte vorschlagen, wenn ich nicht finde, wonach ich suche

50.9%

Verfügbar sein, um die Bezahlung an der Kasse abzuwickeln

43.7%

Produkte online bestellen und sie zu mir nach Hause liefern zu lassen, wenn sie in der Filiale nicht verfügbar sind

37.8%

Mehr zu der Marke selbst erzählen

29.2%

Registrierung bei Treueprogrammen vornehmen

26.5%

Helfen, Einkäufe zu meinem Wagen zu tragen

18.3%

Helfen, wenn ich in der Umkleidekabine bin

16%

Abholung meiner Online-Bestellung vorbereiten

10%

Deutsche Konsumenten legen großen Wert auf informationsreiche Interaktionen mit Filialmitarbeitern. Unsere Studie zeigt, dass Aufgaben, wie das Beantworten von Fragen zum Produkt und das Empfehlen von Alternativen auf dem zweiten Platz liegen – direkt hinter der Unterstützung von Kunden, sich in der Filiale zurecht zu finden und der Regalauffüllung, um die Verfügbarkeit von Produkten sicherzustellen.

Die Studie ergab außerdem, dass deutsche Konsumenten den Filialmitarbeitern gerne eine Schlüsselrolle bei ihrem Einkaufserlebnis einräumen. Diese informationsreichen Interaktionen bieten Filialmitarbeitern die Möglichkeit, dem Kunden Gründe zu erläutern, warum er das Produkt kaufen sollte und natürlich auch die Gelegenheit, ein höherwertiges, teureres Produkt sowie Zubehörprodukte anzubieten.

Allerdings braucht man für detaillierte Ausführungen zu einem Produkt und zum Anbieten von höherwertigen oder Zubehörprodukten auch mehr Zeit. In vielen Fällen müssen Filialmitarbeiter erstmal eine Abfrage machen, um eine zufriedenstellende Antwort geben zu können. Wenn Filialmitarbeiter diese Gelegenheiten gewinnbringend nutzen möchten, um Umsatz zu generieren und die Kundenbindung zu festigen, brauchen sie die Zeit, die Motivation und die Kapazität dazu.

Marktführende Workforce Management Lösungen generieren pro Woche und pro Vollzeitmitarbeiter etwa sieben Stunden mehr Interaktionszeit mit dem Kunden.

7 Stunden

AKTIV WERDEN

Die Digitalisierung des Workforce und Task Management spart deutlich Zeit, da sie Prozesse automatisiert, unnötige Wiederholungen vermeidet und Vertrauen in Daten steigert. Wenn man die Personaleinsatzplanung analysiert, zeigt das auch, welche Einsatzmuster am produktivsten sind, weil sie die Mitarbeiteranzahl auf die Kundenfrequenz abstimmen. Die Zeiteinsparungen, die dadurch gewonnen werden, können dann für die informationsreichen Interaktionen genutzt werden, die deutsche Konsumenten erwarten.

WIE SIEHT EIN ERSTKLASSIGES KUNDENERLEBNIS IN DER FILIALE IM JAHR 2019 AUS?

Freundlicher Service

66.8%

Fachkundige Mitarbeiter

59.4%

Verfügbare Mitarbeiter

52.2%

Schnelle Lösungen für meine Herausforderungen

50%

Service mit einem Lächeln

46.4%

Schneller Service

46%

Von Filialmitarbeitern nicht gestört werden

37.5%

Schneller und umgehender Service

32.5%

Die Möglichkeit, unabhängig einzukaufen

31.9%Filialmitarbeiter, die alles
dafür tun, mir zu helfen**27.5%**

Enthusiastische Mitarbeiter

21.7%

Unsere Studie zeigt, dass sich 2019 exzellenter Kundenservice durch freundliche, fachkundige Mitarbeiter auszeichnet, die Kunden dabei helfen können, schnell und ohne Umstände das richtige Produkt zu kaufen. Im Allgemeinen bevorzugen Kunden es, solange alleine gelassen werden, bis sie um Hilfe bitten und wenn dieser Moment gekommen ist, möchten sie, dass Filialmitarbeiter so schnell wie möglich verfügbar sind.

Man könnte einfach sagen, dass Filialmitarbeiter entweder freundlich sind oder auch nicht, und dies als persönlichen Charakterzug abtun, aber das wäre falsch. Filialmitarbeiter sind dann am zufriedensten, wenn sie nicht unter zu starkem Stress stehen und das kann nur dadurch erreicht werden, wenn genügend Mitarbeiter für eine Schicht eingeplant werden, was wiederum eine weitere Kundenanforderung erfüllt – verfügbare Mitarbeiter.

Digitale Workforce Management Lösungen
können den Umsatz pro Arbeitsstunde um
bis zu 25 % steigern.

25%

AKTIV WERDEN

Marktführende, digitale Workforce Management Lösungen können die Moral Ihrer kundenseitigen Mitarbeiter steigern, sie glücklicher machen und diese positive Stimmung überträgt sich bei persönlichen Interaktionen direkt auf den Kunden. Workforce Management Lösungen zeichnen die Mitarbeiteranwesenheit genau auf und nutzen diese Daten, um Gehaltsabrechnungen, Urlaubszeiten und Boni genauer zu berechnen. Jeder HR-Manager kann Ihnen bestätigen, dass man Mitarbeiter am schnellsten verärgert, wenn diese Grundlagen fehlerhaft erledigt werden. Das führt schließlich zu unmotiviertem Personal, mehr Unstimmigkeiten und Filialmitarbeitern, die nicht mehr bereit sind, 100 % zu geben. Workforce Management Lösungen fördern die Eigenverantwortlichkeit von Mitarbeitern, indem sie die Aufzeichnung von Anwesenheitszeiten automatisieren, wodurch jeder Einzelne verantwortlich dafür ist, sich an- und abzumelden.



WAS MACHT EINEN PERFECTEN FILIALMITARBEITER AUS?

Laut deutschen Konsumenten ist der perfekte Filialmitarbeiter dann verfügbar, wenn er gebraucht wird und kann die Fragen der Kunden beantworten. Diese Fragen handeln sich höchstwahrscheinlich um spezielle Produkte, das Bestellen von nicht vorrätigen Artikeln und Empfehlungen. Diese Anforderung scheint theoretisch ganz leicht zu erfüllen sein, aber wie wir bereits gesehen haben, ist es bereits eine große Herausforderung, einen Filialmitarbeiter dann zur Verfügung zu haben, wenn der Kunde ihn braucht. Dazu kommt noch, dass dieser Mitarbeiter sich genau mit Hunderten von Produkten auskennen, Zubehör empfehlen können und wissen muss, wie er Artikel online sucht und bestellt. Und schon wird die scheinbar einfache Anforderung immer komplexer.

Verfügbar sein, wenn ich sie brauche

58.5%

Fragen beantworten

59.2%

Ein Produkt finden/bestellen, wenn es nicht vorrätig ist

36.7%

Produkte auf Basis persönlicher Anforderungen empfehlen

32%

Weitere Produkte empfehlen können, die mich interessieren könnten

26%

AKTIV WERDEN

Filialmitarbeiter werden nicht perfekt geboren. Sie müssen sich in der richtigen Umgebung entwickeln, wenn sie wachsen sollen und ihr volles Potenzial entfalten möchten. Die direkte Interaktion mit dem Kunden mag nur einen kleinen Teil der Gesamtgleichung ausmachen, aber sie ist äußerst wichtig. Um die besten Kundeninteraktionen bieten zu können, müssen Filialmitarbeiter selbstbewusst sein und ihre anderen Aufgaben, die sie erfüllen müssen, im Griff haben. Filialmitarbeiter können auf Mobilgeräten Echtzeit-Lösungen für Filialabläufe nutzen, die ihnen nach Priorität geordnete Aufgaben- und Projektlisten zur Verfügung stellen, die sie während ihrer Schicht erfüllen sollen. Eine intelligente Personaleinsatzplanung, die moderne Analytiken nutzt, ermöglicht Managern, wertvolle Zeit für Kundeninteraktionen einzuplanen.

87 % der deutschen Konsumenten sagten, dass die Fähigkeit von Filialmitarbeitern, Kunden während des Einkaufsprozesses zu leiten und zu beraten, entweder wichtig oder sehr wichtig sei.

87%

WIE LANGE SIND SIE BEREIT, AUF DIE HILFE VON FILIALMITARBEITERN ZU WARTEN, BEVOR SIE UNZUFRIEDEN WERDEN?

Unsere Studie zeigt, dass die Mehrheit der deutschen Konsumenten nur etwa vier Minuten auf Hilfe warten möchte, bevor sie so unzufrieden ist, dass sie das Geschäft ohne Ware verlässt. In einer Zeit, wo Konsumenten einen Artikel mit nur wenigen Swipes auf ihrem Mobiltelefon kaufen können und dieser direkt nach Hause geliefert wird, ist ein schneller Service zum A und O geworden. Und da Kunden sich immer mehr an schnelle, unproblematische Bezahlvorgänge gewöhnen, sind sie immer weniger bereit, Schlange zu stehen.

AKTIV WERDEN

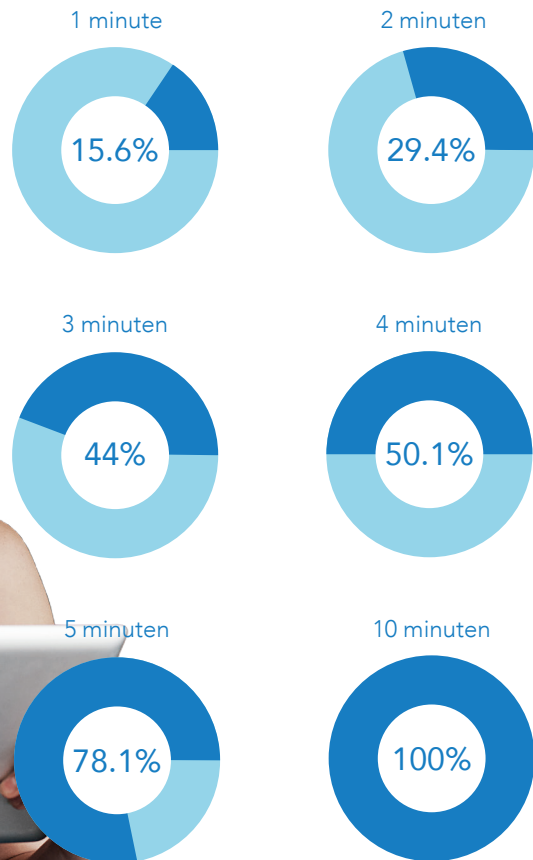
Marktführende Workforce und Task Management Lösungen bieten Managern einen zusammengefassten Überblick darüber, wie viele Filialmitarbeiter zu welchem Zeitpunkt eingeplant sind – gestern, heute und morgen. Dies ermöglicht Managern, die eingeplanten Mitarbeiter einer Schicht schnell und genau auf die vorhergesagte Kundenfrequenz abzustimmen. Manager können so sicherstellen, dass sich genügend Mitarbeiter auf der Verkaufsfläche befinden und vermeiden so von vornherein, dass sich lange Schlangen bilden.

Datenmanagement und -analyse ist eine besondere Stärke von Workforce Management Lösungen – es gibt Ihnen die Möglichkeit, korrekte Zahlen zu sehen, die derzeitige Leistung mit dem Budget zu vergleichen und den Erfolg oder Misserfolg Ihres Planes zu messen, damit Sie Ihre Pläne in Zukunft entsprechend angleichen können. Dies in Echtzeit mit manuellen Prozessen zu erreichen ist tatsächlich nahezu unmöglich.



EINZELHANDELSUNTERNEHMEN DÜRFEN DIE GRUNDLAGEN NICHT VERGESSEN

Wie lange sind Sie bereit, auf die Hilfe von Filialmitarbeitern zu warten, bevor Sie unzufrieden werden?



Wie wir gesehen haben, wächst die Anzahl und die Komplexität der Aufgaben, die Filialmitarbeiter erfüllen müssen, stetig weiter, während Budgets unter immer höherem Druck sind. Aber inmitten dieser Fülle an Anforderungen, ist es wichtig, sich an die Grundlagen der Filialarbeit zu erinnern und diese zu priorisieren. Die Filiale muss sicher, sauber und gut organisiert sein, und genau die richtige Anzahl an Mitarbeitern muss eingesetzt werden, um dies zu erreichen.

Digitale Workforce Management
Lösungen können die
Personalkosten um bis zu
19 % senken

19%

AKTIV WERDEN

Letztendlich müssen Filialmitarbeiter Sicherheitsmängel, Hindernisse zur Schadensvermeidung und nicht eingehaltene Vorschriften korrigieren. Aber was passiert, wenn sie nicht wissen, dass diese Mängel existieren? Wenn Außendienstleiter bei Filialaudits feststellen, dass Vorschriften nicht eingehalten wurden, werden diese Erkenntnisse nicht immer effektiv weiter kommuniziert und in Aufgaben für Filialmitarbeiter umgewandelt. Das führt natürlich zu Schwierigkeiten für Filialleiter und -mitarbeiter, die sich nicht darüber bewusst sind, dass kritische Aufgaben, wie sicherheitsbezogene Aktivitäten (wie beispielsweise Produktrückrufe) erledigt werden müssen.

Wenn Sie in einem Ladengeschäft einkaufen, was ist Ihnen dann wichtig?

Sichere Filialumgebung

38.3%

Saubere und aufgeräumte Filialumgebung

74.4%

Gut organisierte Filialumgebung

67.8%

Mithilfe einer mobil ausgerichteten Filialaudit-Lösung können Außendienstleiter Filialaudits nach Standardprozessen durchführen und Best Practices in allen Filialen umsetzen. Manager können auch automatisch Aufgaben zur Nachverfolgung für Filialmitarbeiter auslösen. Diese Aufgaben werden der Prioritätenliste intelligent hinzugefügt, welche von einer Aufgabenmanagement-Lösung in Echtzeit erstellt wird, wodurch garantiert wird, dass nicht eingehaltene Vorschriften sofort für Filialmitarbeiter sichtbar und behebbar sind.

ZUSAMMENFASSUNG

Filialmitarbeiter sind sowohl das wichtigste Gut als auch der größte Kostenfaktor für Einzelhandelsunternehmen. Daher macht es auf jeden Fall Sinn, wenn Einzelhändler ihr Workforce Management und ihre Filialabläufe optimieren möchten, um ungenutztes Potenzial freizusetzen und einen deutlichen Wettbewerbsvorteil zu erlangen.

In schwierigen wirtschaftlichen Zeiten, macht es umso mehr Sinn, Ihr größtes Gut zu optimieren, denn die Alternative

wären Kosteneinsparungen, welche sich negativ auf Hauptwettbewerbsvorteile wie Kundenerfahrung und -service auswirken würden.

Der einzige Weg, um dies zu erreichen, ist der Einsatz moderner, digitaler Cloud- Technologien, um Dienstpläne, Kundenfrequenz und Aufgabenmenge aufeinander abzustimmen, sodass Filialmitarbeiter produktiver werden und erstklassigen Kundenservice liefern.

Über Reflexis

Reflexis ist führender Anbieter von operativen Echtzeit-Filiallösungen, dem mehr als 280 globale Handelsunternehmen vertrauen, um ihre Filialarbeit zu vereinfachen, Personalkosten zu senken und die Umsetzung auf Filialebene zu verbessern.

Die Reflexis ONE Echtzeit-Plattform hilft Handelsunternehmen, Abläufe in den Filialen zu vereinfachen und die Sichtweite der

Außendienstmitarbeiter zu verbessern, was in deutlichen Kosteneinsparungen, genauerer Umsetzung und schließlich in einem exklusiveren Kundenerlebnis resultiert.

Reflexis: Nutzen Sie das volle Potenzial Ihrer Filialmitarbeiter. Erfahren Sie mehr unter www.reflexisinc.de

Kontakt Reflexis

Telefon: **+49 211 42471-5640**

E-mail: info@reflexisinc.com

www.reflexisinc.de

