

Mehr Kundenzufriedenheit mit der Electrolux Akademie

Die Electrolux Händler und Verkäufer absolvieren seit Anfang Oktober 2007 eine Lern- und Verkaufsschulung. Ziel ist es die Kundenzufriedenheit von virtuellen Kunden möglichst hoch zu halten durch die richtige Beantwortung von Kundenfragen.

ZIEL

Ziel des E-Learning Projekts ist die Optimierung der Verkaufs- und Produktkompetenz der AEG Electrolux-Verkäufer. Dies wird durch ein kontinuierliches Informations- und Schulungsangebot für das Verkaufspersonal in den Bereichen Elektro- und Möbelfachhandel erreicht.



Durch ein Kundenzufriedenheitskonzept wird die Motivation zur Teilnahme hoch gehalten. E-Learning bewirkt eine schnellere Informationsvermittlung bei Produktneuheiten. Zeitgleich mit der Produktvorstellung über klassische Wege wie Produkttrainer, Vertriebsmitarbeiter und Broschüren gibt es im Lernportal zusätzliche Informationsmöglichkeiten, wie z.B. Nutzen-Argumentationen gegenüber dem Endverbraucher im Handel. Das Projekt ergänzt das bisherige Schulungsangebot mit der Möglichkeit der Vor- und Nachbereitung von Trainings. Der Schwerpunkt liegt auf der Erweiterung und Überprüfbarkeit des Wissenstandes der Teilnehmer und daraus resultierend ein noch gezielter Einsatz von maßgeschneiderten Schulungsmaßnahmen.

ZIELGRUPPE

Die Zielgruppe ist sehr heterogen. Verkäufer und Händler in den Bereichen Elektrofachhandel und Möbelfachhandel im Alter von 18 -65 Jahren mit

teilweise Medienkompetenz und sehr unterschiedlichen Vorkenntnissen. Die Teilnehmer lernen zu Hause und in der Arbeit, meistens alleine, phasenweise aber auch in der Gruppe. Die Motivation erfolgt über spielerische Segmente und den Leitgedanken der Kundenzufriedenheit. Die Händler erhalten bei erfolgreicher Teilnahme ein Zertifikat.

UMSETZUNG

ars navigandi hat sich in einem mehrstufigen Pitch gegen andere Anbieter behauptet.

ars navigandi ist verantwortlich für:

- die Konzeption und didaktische Beratung des E-Learning-Angebots.
- Beratung beim Aufbau der Lernplattform.
- technologische Umsetzung und Implementierung ins Firmensystem.
- laufende Umsetzung der Lerninhalte als Web Based Training.

Der Einstieg für den Teilnehmer erfolgt über eine AEG Electrolux-Kundenzeitung. Hier befinden sich die neueste Infos und Kurse und der Stand der Kundenzufriedenheit. Der Teilnehmer wird während der Schulung mit verschiedenen Kunden konfrontiert, an deren Fragen er sein erworbenes Wissen immer wieder testen



kann. Maßstab ist dabei die Zufriedenheit des Kunden, der auf die Aktion des Teilnehmers

sofort Feedback gibt. Er hat auf diese Weise die Motivation, sich mehr Mühe zu geben oder sein gutes Ergebnis weiter zu verbessern. Als visuelle Metapher dienen zwei Musterküchen, in der die einzelnen Produktkategorien durch jeweils ein Gerät symbolisiert sind. Wenn ein Kurs absolviert ist wandelt sich die weiße Grafik in das jeweilige Foto des Geräts. Nach Abschluss aller Kurse zeigt sich die Küche komplett mit den Fotos der verwendeten Geräte. Dieses Hilfsmittel lässt den Teilnehmer einfach erfassen, welcher Bearbeitungsstand innerhalb der Produktgruppen erreicht ist. Die einzelnen Fragestellungen ergänzen spielerische Übungen. Mit Ihnen kann der Benutzer testen, ob er den angelesenen Stoff verstanden hat, bevor er die Kundenfrage beantwortet. Dazu kommen kleine interaktive Gimmicks in den Musterküchen. In der ersten Phase wurde eine ausgewählte Pilotgruppe geschult, die ihr Feedback zur angebotenen Lösung geben durften. Diese wurde danach optimiert und steht nun für alle Händler offen.

AUSBLICK

Nach der Etablierung der AEG -Schulung könnte der nächste Schritt in der Ausweitung des E-Learning Projekts auf die Markenwelt Electrolux liegen.

ÜBER AEG ELECTROLUX

Seit 1994 ist AEG Teil des weltgrößten Hausgerätekonzerns Electrolux AB mit Sitz in Stockholm, der damit seine führende Position auf dem Hausgerätemarkt weiter ausbaut. Vor zwei Jahren begann Electrolux mit einer strategischen Weiterent-

wicklung der Marke AEG, die mit einem neuen Markenlogos den hohen Anspruch klar formuliert: Perfekt in Form und Funk-



tion - unter diesem Motto rückt Electrolux heute seine deutsche Premium-Marke ins Blickfeld leistungs- und qualitätsorientierter Verbraucher. Durch die umfassende Überarbeitung im Jahr 2003 zeigt die Marke noch mehr Profil, indem sie sich bewusst auf ihre seit dem Gründungsjahr 1889 gewachsenen Werte beruft: Technische Faszination, Qualität, Langlebigkeit und ein klares, strukturiertes Design. Mit dieser Positionierung, die auf umfangreichen Verbraucherstudien fußt, präsentiert sich AEG europaweit einheitlich als Topmarke für anspruchsvolle, leistungsorientierte Verbraucher.

ÜBER ARS NAVIGANDI

Preisgekrönte Internet- und E-Learning Agentur mit Sitz in München. ars navigandi hat derzeit 15 Mitarbeiter und ist spezialisiert auf Software für eMarketing und eVertrieb. Den Branchenschwerpunkt bilden Tourismus und Industrie.

Auszug aus der Passagierliste:

ADAC e.V., AEG Electrolux, Danone Deutschland GmbH, Deutschen Zentrale für Tourismus e.V., Disneyland Resort Paris, Hapag Lloyd Kreuzfahrten GmbH, Neckermann Reisen, Österreich Werbung, TUI AG, TÜV SÜD AG, Visit Denmark