

# Unitron

Unitron steht für eine einzigartige Kundenerfahrung durch ausgezeichneten Service, starke professionelle und persönliche Beziehungen und Produkte, die im Leben der Menschen wirklich etwas bewegen.



Moxi Kiss – Basierend auf der neuen North Plattform bietet das preisgekrönte Hörgerät die ideale Kombination von Design und Funktionalität.

Unitron konnte letztes Jahr sein fünfzigjähriges Bestehen feiern und blickt stolz auf eine lange Erfolgsgeschichte voll technischer Innovationen und enger, vertrauensvoller Partnerschaften mit Hörgeräteakustikern zurück. Wir sind seit einem halben Jahrhundert davon überzeugt, dass in unserer Branche die persönliche Beziehung den Unterschied macht. Wir messen unseren Erfolg an dem unserer Kunden und freuen uns daher Jahr für Jahr aufs Neue darüber, wie sehr sie von unseren neuen Produkten, Softwareanwendungen und Lösungen profitieren. Zahllose positive Rückmeldungen sprechen hier für sich.

## Fünfzig Jahre, eine Mission

Unitron wurde 1964 von drei deutschen Einwanderern in Kanada mit grossen Hoffnungen, überzeugenden Ideen und einem einfachen und nachhaltigen Geschäftsmodell gegründet: Behandle deinen Kunden wie ein Familienmitglied. Seitdem hat Unitron bei jeder technischen Neuerung im Hörgerätesektor eine wichtige Rolle gespielt, sei es bei der digitalen Verarbeitung oder der offenen Plattformtechnologie. Bei all diesen Revolutionen stand für uns immer eines im Vordergrund: das Leben von Hörgeräteträgern massgeblich zu verbessern. Auch unser Geschäftsmodell ist stets dasselbe geblieben: Probleme unserer Kundschaft sind unsere Probleme; unser Erfolg hängt einzig vom Erfolg unserer Kunden ab.

Als Teil von Sonova profitieren wir von Technologien, die wir gemeinsam mit anderen Bereichen der Gruppe nutzen, ohne jedoch unser einzigartiges Markenversprechen aufzugeben. Mit den richtigen Produkten, Software-Tools und Supportmöglichkeiten unterstützen wir Hörgeräteakustiker auf Märkten weltweit darin, ein einzigartiges Kundenerlebnis zu bieten und so mit jeder neu aufgebauten Beziehung auf einen nachhaltigen geschäftlichen Erfolg hinzuarbeiten. Wir blicken daher voller Zuversicht unserer Arbeit in den nächsten fünfzig Jahren entgegen.

## Unseren Kunden zum Erfolg verhelfen

Das Kundenerlebnis ist seit jeher das Herzstück unserer Marke. Wir möchten die Hörgeräteakustiker, mit denen wir zusammenarbeiten, immer wieder neu überraschen und begeistern. Dazu stärken wir unsere Beziehungen zu ihnen durch ein Versprechen, das wir den Unitron Ansatz nennen: Die Zusammen-

arbeit ist unkompliziert und persönlich, wir hören aufmerksam zu und reagieren auf die Anregungen unserer Kunden. Wir sorgen dafür, dass unser Team aus kompetenten und motivierten Mitarbeitenden besteht, die sich alle für den Erfolg unserer Kunden einsetzen.

2014 haben wir diesen Kundenfokus speziell im Bereich der Beratung weiter verbessert. Als enger Partner von Hörgeräteakustikern aus der ganzen Welt wissen wir, wie wichtig es für sie ist, bei den potenziellen Hörgeräteträgern einen positiven ersten Eindruck zu hinterlassen. Sich den Hörverlust einzugestehen, Rat und Beratung zu suchen, sich für das Tragen eines Hörgeräts zu entscheiden und die passende Technologie zu wählen – in all diesen Phasen spielt das Menschliche eine ebenso wichtige Rolle wie die Technologie. Wenn diese Phasen erfolgreich gemeistert wurden, wird der Hörgeräteträger das jeweilige Fachgeschäft seinen Freunden und Familienmitgliedern gerne weiterempfehlen.

Daher entwickeln wir hochmoderne und leicht anpassbare Produkte, die von Anfang an darauf ausgelegt sind, dank hervorragender Kundenzufriedenheit Vertrauen zwischen Hörgeräteakustiker und Kunde zu schaffen. Mit unserer Lösung Unitron Flex kann den meisten Kundenanliegen umgehend positiv begegnet werden. Unsere Anpass-Software TrueFit lässt sich einfach und intuitiv anwenden, sodass der Hörgeräteakustiker sich auf das Beratungsgespräch mit seinem Kunden konzentrieren kann. Dazu gehört auch die einzigartige Ansicht innerhalb von TrueFit, über die der Kunde aktiv in den Anpassungsprozess involviert wird. Mit uHear v2.0 lancierte Unitron ausserdem die neueste Version ihrer App, die Hörtests zuhause ermöglicht und dem weltweit am häufigsten heruntergeladenen und genutzten Hörtest.

### Flex – Neue Kunden gewinnen

Auch lange nach der Einführung als Branchenneuheit im Oktober 2012 ist Unitron Flex weiterhin eine einzigartige Lösung, mit der Menschen mit Hörverlust fundiert entscheiden können, welche Hörgerätetechnologie sie im Alltag nutzen wollen. Die Idee ist einfach, aber überzeugend: Der Hörgeräteakustiker kann ein Unitron Hörgerät problemlos mit einem bestimmten Leistungsprofil programmieren und es dem Kunden probeweise überlassen, damit dieser es im Alltag testen kann. Mit Flex kann der Kunde auch ein bereits erworbenes Hörgerät auf eine neue Leistungsstufe aufrüsten, indem er es einfach zum Hörgeräteakustiker bringt und neu programmieren lässt.

Die Kunden sind von diesen Funktionen begeistert. Keine andere Marke bietet eine «Probe» des Hörgeräts an, bei der all die ultramodernen Funktionen in ihrem tatsächlichen Zusammenspiel getestet werden können. Diese Begeisterung schlägt sich in verbesserten Konversionsraten, weniger Rückgaben und höheren Leistungsstufen nieder. Zudem fördert sie den Aufbau eines treuen Kundenstamms, der den Hörgeräteakustiker weiterempfiehlt.

Flex dient als wichtiges Unterscheidungsmerkmal und als hervorragender Einstieg zu Hörlösungen für die Babyboomer-Generation, bei denen sich nun langsam altersbedingter Hörverlust einstellt. Bei diesen handelt es sich um versierte, informierte Kunden, die es gewohnt sind, dass man ihnen gleich das komplette Spektrum von Produktoptionen zeigt. Ebenso möchten sie ein interessantes Produkt auch testen können, ganz gleich, ob es sich um ein Auto, einen Satz Golfschläger oder ein Hörgerät handelt. Tausende Hörgeräteakustiker nutzen Flex:trial regelmässig. In Deutschland geben 78 % der mit Unitron zusammenarbeitenden Hörgeräteakustiker an, Flex:trial bei der Mehrheit ihrer Kunden einzusetzen, und von diesen sagen wiederum 80 %, dass der Einsatz von Flex:trial im Beratungsprozess zu einer erfolgreicherer Kundenerfahrung und höheren Umsätzen führt. Einer unserer Partner aus den USA drückt es so aus: «Wir müssen uns im Wettbewerb weiter differenzieren, und nichts ist in dieser Hinsicht besser als Flex.»

### Neue Produkte, neue Plattform

Um die Bedürfnisse aller Kunden in allen Märkten erfüllen zu können, erfordert es ein breit aufgestelltes Portfolio leistungsstarker, attraktiver, komfortabler und benutzerfreundlicher Produkte. Daher sind alle Produkte von Unitron und ihre Funktionen darauf ausgelegt, die bestmögliche Hörerfahrung zu bieten.

2014 haben wir unser Portfolio an neuen Produkten auf Grundlage der Plattform Era weiter ergänzt und decken nun alle Technologiestufen ab. Seit März 2014 beliefern wir unsere Märkte mit der Premiümlösung Moxi<sup>2</sup> Pro Receiver-In-Canal und Hinter-dem-Ohr-Geräten vom Typ Quantum<sup>2</sup> Pro. Die Leistungsstufe Pro bietet branchenweit führende Verbesserungen wie SpeechZone 2, den nächsten Entwicklungsschritt bei der binauralen räumlichen Sprachverarbeitung. Diese Funktion führt automatisch und nahtlos zu besten Ergebnissen bei Sprache im Störgeräusch. Im März 2015 wiederum führten wir eine neue Familie von Receiver-In-Canal-Geräten ein, die unsere neue Plattform North nutzt. North, die auf der Technologie der dritten Generation von Sonova basiert, setzt neue Massstäbe in Bezug auf natürliches Hören. Durch den branchenbesten Dynamikbereich, eine klare Signalverarbeitung und fest integrierte Algorithmen modelliert North den Klang auf eine Weise, wie es sie nur bei Unitron gibt.

Dabei dreht sich alles um das, was Menschen mit Hörverlust am wichtigsten ist: Gespräche. Sich sowohl in einem ruhigen als auch einem lauten Umfeld, in kleinen Gruppen oder grossen Menschenansammlungen problemlos mit Familie und Freunden unterhalten zu können, ist von entscheidender Bedeutung für eine natürliche Hörerfahrung. North macht drei völlig neue Technologien möglich, SoundNav, Sound Conductor und SpeechZone 2, die im perfekten Zusammenspiel Kunden nahtlos und automatisch optimale Sprachverständlichkeit bei Gesprächen mit unterschiedlichsten Hintergrundgeräuschen und eine natürliche Klangqualität bieten.

Die Plattform North und ihre marktführenden Funktionen sind in der neuen Moxi Produktfamilie verfügbar. Diese Reihe beliebter Receiver-In-Canal-Geräte mit preisgekröntem Design wird mit drei Bauformen und fünf Leistungsstufen fortgesetzt. Ergänzt werden diese durch praktisches und benutzerfreundliches Zubehör, mit dem die von den Kunden gewünschte natürliche Hörerfahrung flexibel unterstützt wird.

Hörgeräteakustikern bietet North eindrucksvolle neue Einsatzmöglichkeiten für das Flex-Programm. Mit der neuen Funktion «Log It All» können sowohl Flex:trial als auch bereits gekaufte Geräte mit der Anpass-Software kommunizieren und anzeigen, wie viel Zeit der Kunde in jeder der sieben Hörumgebungen verbracht hat, für die die Technologie von North optimiert ist. Dies verschafft dem Hörgeräteakustiker entscheidende, evidenzbasierte Erkenntnisse, die in der Beratung genutzt werden können. So wird es möglich, Konfigurationen und Technologiestufen vorzuschlagen, die genau zum jeweiligen Lebensstil des Kunden passen. Kein anderer Anbieter ist hierzu in der Lage. So kann der einzigartige strategische Fokus von Unitron auf einer erfolgreichen Beratung effektive umgesetzt werden.

## Kundenzufriedenheit

Wir expandieren weiter in neue Märkte, um unsere Erfahrung in den Dienst von noch mehr Kunden zu stellen. Doch unabhängig davon, wo wir aktiv sind: Unsere in den vier Prinzipien des Unitron Ansatzes zusammengefasste Kultur bleibt gleich. Unsere Kunden zu unterstützen, erfolgreich zu sein, ist in allem verankert, was wir tun: In den regelmässigen Marktstudien, die wir durchführen, sticht Unitron sowohl beim Kundendienst als auch beim direkten persönlichen Umgang mit den Kunden hervor. So ist unser «Net Promoter Score», der erfasst, wie wahrscheinlich es ist, dass Kunden uns empfehlen, gegenüber dem Vorjahr um 10 % gestiegen. Darüber hinaus hat unser Kundenzufriedenheitsindex global weiter auf 84/100 zugelegt, und wir sind in einer Umfrage des Bundesverbands der Hörgeräte-Industrie (BVHI) für unsere Produkte führend und bei der Gesamtzufriedenheit belegen wir (zusammen mit Phonak) den ersten Platz.



## BEZIEHUNGEN IM MITTELPUNKT

Lieferungen in 70 Länder, 20 internationale Büros, ein weit verzweigtes Partnernetzwerk – Unitron ist weltweit aufgestellt. Das Einzigartige an Unitron ist der dezidiert lokale Ansatz bei der Entwicklung und Pflege von Kundenbeziehungen. «In jeder Phase des Wachstums von Unitron haben weder Management noch Mitarbeitende ihre Mission aus den Augen verloren: Qualitativ hochwertige Produkte zu entwickeln und zu liefern, mit denen unsere Kunden erfolgreich sind. Die Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden sind uns ein grosses Anliegen – wir setzen ganz auf den Aufbau guter und langfristiger Beziehungen», sagt Jan Metzdrorf, Vice President Unitron von Sonova. Die Erfolgsgeschichte von Unitron begann vor 50 Jahren in Kanada, seit vier Jahrzehnten ist die Marke auch in den USA präsent.

Peggy Phillips, Gruppenleiterin Kundenservice, war beinahe von Anfang an beim Aufbau des Geschäfts in den USA mit dabei. Sie kennt viele ihrer Kunden seit den frühen 80er Jahren und pflegt zu jedem einzelnen persönliche Beziehungen. Zwölf Mitarbeitende waren damals für den gesamten amerikanischen Markt zuständig. «Mein Herz hängt am Kundenservice. Ich glaube, für so etwas wird man geboren», sagt Phillips und lacht.

Heute arbeiten für den Geschäftsbereich in den USA 200 Mitarbeitende und Unitron zählt dort zu den führenden Hörgerätemarken. Grundstein für den Erfolg sind ständig neue, innovative Produkte, bei denen die Akzeptanz und Zufriedenheit der Kunden im Mittelpunkt steht. So erhielt etwa Moxi Kiss, ein elegantes, diskretes und komfortables Hörgerät mit natürlichem High-Fidelity-Klang, zwei prestigeträchtige Auszeichnungen für sein modernes Design. Moxi Kiss wurde im amerikanischen Markt sehr gut aufgenommen. Ebenfalls erfolgreich im US-Markt ist die einzigartige Flex:trial-Lösung von Unitron: Mit Flex:trial können Kunden

ein Hörgerät kostenlos und für ihre Bedürfnisse programmiert testen, ohne gleich eine Kaufentscheidung treffen zu müssen. Schon der erste Besuch in der Filiale wird zum Erfolgserlebnis, weil der Kunde das Testgerät gleich mitnehmen kann.

«Uns geht es nicht darum, bloss ein Produkt zu verkaufen», sagt Peggy Phillips. «Im Mittelpunkt stehen Beziehungen.» Über die Jahre haben sich enge Freundschaften entwickelt, erzählt sie. «Ich kenne nicht nur die Bedürfnisse eines Kunden genau, ich weiss auch, wie es ihm und seiner Familie geht.» Nur so könne im Beratungsgespräch die Vertrauensbasis geschaffen werden, welche den Erfolg von Unitron ausmacht. «Wir wissen, wie bedeutend persönliche Beziehungen in diesem Geschäft sind. Deshalb ist uns die Präsenz vor Ort so wichtig. Unsere Erfolgsgeschichte in den USA ist dafür ein gutes Beispiel», sagt Vice President Metzdrorf.





Das elegante, diskrete und komfortable Hörgerät Moxi Kiss von Unित्रon wurde im US-amerikanischen Markt sehr gut aufgenommen und erhielt zwei prestigeträchtige Designpreise. Die Erfolgsgeschichte von Unित्रon begann vor 50 Jahren in Kanada, seit vier Jahrzehnten ist die Marke auch in den USA präsent.