

Connect Hearing

Connect Hearing vereint modernste Hörgerätetechnologie mit höchsten Standards für eine professionelle Beratung und bietet ihren Kunden so individuelle Lösungen und die persönliche Aufmerksamkeit eines kleinen Geschäfts, unterstützt durch die Ressourcen eines weltweiten Unternehmens.



Connect Hearing hat weltweit einen einheitlichen Auftritt und Kommunikationsstil etabliert.

Die Hörgerätetechnologie ist mittlerweile so leistungsfähig und flexibel, dass es möglich ist, für jeden Menschen mit Hörverlust eine Lösung zu finden, die sein Leben entscheidend verbessert. Diese Lösung zu finden erfordert jedoch eine umfassende Kenntnis sowohl des Spektrums verfügbarer Technologien als auch der individuellen Anforderungen der einzelnen Kunden. Fachkundige Beratung und Service über den gesamten Behandlungszeitraum hinweg sind ebenso wichtig wie neue Technologie. Dies erreichen wir durch das weltweite Netzwerk professioneller Audiologiezentren der Connect Hearing Group.

Überall auf der Welt – sei es in Brasilien, Frankreich, Österreich, Grossbritannien, den USA oder Deutschland – bieten wir den Kunden von Connect Hearing das gleiche Beratungserlebnis: eine gründliche, aufgeschlossene Besprechung der Ziele und der individuellen Anforderungen aufgrund von Lebensstil und Kommunikationserfordernissen sowie eine Einführung in die Möglichkeiten der Hörgerätetechnologie. Dieses Gespräch bildet die Grundlage für einen umfassenden Hörtest und eine kundenspezifische technische Lösung mit den passenden Hörgeräten, Funktionen und Zubehörteilen für die individuellen Anforderungen des Kunden. Unser persönlicher Ansatz schafft Vertrauen. So werden Kunden zu Fürsprechern, die uns Freunden und Familienmitgliedern empfehlen. Um dieses persönliche Vertrauen aufzubauen, bietet Connect Hearing sowohl die persönliche Erfahrung eines kleinen, örtlichen Geschäfts als auch die fortschrittlichen Technologien und Prozesse eines weltweiten Unternehmens.

Die Strategie der Connect Hearing Group stützt sich auf drei Säulen: die Steigerung des Bekanntheitsgrads in all unseren Märkten durch einen konsistenten Markenauftritt und ein einheitliches Kundenerlebnis, die ständige Verbesserung unserer Effizienz, Servicequalität und Rentabilität durch die unternehmensweite Einführung betrieblicher Standardverfahren, Systeme und Fertigkeiten sowie die Konzentration auf das Wachstum in ausgewählten strategischen Märkten.

Die Bekanntheit der Marke steigern

Im Kontakt mit den Endkunden treten wir stets als lokales Geschäft auf. Kunden und potenzielle Kunden sind es gewohnt, audiologische Dienstleistungen von Fachleuten in einem ansprechenden Klinik- oder Geschäftsumfeld einzuholen. Daher unterhalten wir in zehn Schlüsselmärkten ein starkes Netzwerk audiologischer Fachgeschäfte. Wo wir bestehende Geschäfte erworben haben, verfolgen wir ein schrittweises Rebranding und berücksichtigen dabei gut etablierte Markennamen sowie spezifische sprachliche oder kulturelle Vorlieben. In jedem Land und Markt suchen wir die Synergien, die sich aus einem einheitlichen Auftritt, einem vereinheitlichten Kundenerlebnis und einem weltweiten Kommunikationsstil ergeben. Dieser beruht auf unserem preisgekrönten Ansatz «Real People, Real Stories» (Echte Menschen, echte Geschichten). 2014 / 15 haben wir unsere Markenintegration in den USA, den Niederlanden, Belgien und Skandinavien abgeschlossen. Unsere etablierten Marken in Österreich und Frankreich haben mittlerweile unseren weltweiten Kommunikationsansatz, unsere Markenwerte und unser Geschäftsdesign unter der Dachmarke Connect Hearing übernommen.

Individueller Kundenservice steht bei uns im Zentrum: Wir versuchen, unseren Kunden in jeder Phase von der Feststellung des Hörverlusts bis zu dem Zeitpunkt, ab dem sie ihr Leben wieder ohne Einschränkungen führen können, zur Seite zu stehen. Durch einheitliche Prozesse, konsistente Umsetzung unserer Markenwerte und digitales Marketing unterstützen wir das Wachstum. In den USA und einigen anderen grossen Märkten beispielsweise können potenzielle Kunden mit nur einem Klick auf unserer Website eine Chatsitzung mit einem unserer Experten beginnen. Sie können Termine online oder durch Anruf einer gebührenfreien Nummer vereinbaren oder Fragen per E-Mail an einen unserer Hörgeräteakustiker richten. Wir stellen so die Ressourcen einer marktführenden globalen Gruppe in den Dienst unserer lokalen Geschäfte.

2014 / 15 eröffneten wir neue Kundendienstleistungszentren in Frankreich, den Niederlanden und weiteren Märkten. Dies gibt Kunden die Möglichkeit, Connect Hearing auch ausserhalb der normalen Geschäftszeiten zu kontaktieren und umgehend mit einem Hörgeräteakustiker zu sprechen, was ihnen zusätzlichen Komfort und Sicherheit verschafft. Die Kundendienstzentren können auch Anrufe entgegennehmen, die durch Marketingkampagnen generiert werden, und potenzielle Kunden und Leads an die passenden Geschäftsstandorte verweisen.

Der persönliche und gleichzeitig globale, umfassende Serviceansatz bietet unseren Kunden deutliche Vorteile, macht uns aber auch zu einem attraktiven Arbeitgeber. Beispielsweise wurde Hansaton, unser Netzwerk in Österreich, kürzlich im Rahmen der Benchmark-Studie Great Place to Work® als attraktiver Arbeitgeber mit hervorragendem Betriebsklima und umfangreichen Weiterbildungsmöglichkeiten ausgezeichnet.

Qualität und Rentabilität dank exzellenter betrieblicher Prozesse

Connect Hearing kombiniert dank exzellenter betrieblicher Prozesse Geschäftserfolg mit hervorragender Versorgungsqualität: Wir vereinheitlichen kontinuierlich unsere Prozesse und Fähigkeiten und steigern so unsere Effizienz und Margen.

Ein wichtiger Aspekt unserer Firmenkultur besteht darin, unsere Mitarbeitenden zu ermuntern, uns bei der Erarbeitung von Best Practice Ansätze zu unterstützen und diese anschliessend weltweit einzuführen. Dieser Ansatz ist in unserer Professional Practice Management Toolbox zusammengefasst. Diese Toolbox stellt sicher, dass alle Informationen für unsere Hörgeräteakustiker einheitlich sind und die Arbeitsweise von Connect Hearing unterstützen. Um die bestmögliche audiologische Versorgung bieten zu können, muss der richtige Ansatz für jede Phase der Kundenbegleitung definiert und validiert werden. Wir testen und überwachen innovative Konzepte in Pilotprojekten in einigen wenigen Zentren, bevor wir sie für die weltweite Einführung freigeben. Professional Practice Management unterstützt unsere Schulungs- und Weiterbildungsprogramme und stellt so eine hohe und einheitliche Versorgungsqualität sicher.

Wir nutzen in unseren Märkten sowohl Best Practices der Audiologie als auch wichtige Dienste wie Personalwesen und Marketing gemeinsam. Unsere gemeinsamen Verfahren und Informationen sorgen für ein einheitliches, qualitativ hochstehendes Kundenerlebnis bei Anpassung und Beratung. Wir unterstützen unsere Zentren in mehreren Schlüsselmärkten durch ein optimiertes und einheitliches Verkaufsstellensystem sowie die Harmonisierung unseres Leistungsmanagement- und Berichtssystems.

Der Erfolg einer professionellen Beratung hängt von moderner audiologischer Ausrüstung ab, die uns wesentlich in einer qualitativ hochstehenden und effizienten Arbeitsweise unterstützen. Durch unser globales Beschaffungswesen stellen wir unsere Fachgeschäfte mit den nötigen Instrumenten aus, um eine optimale Beratung- und Anpassung zu ermöglichen. Eine globale Beschaffung und Standards reduzieren die Kosten pro Geschäft erheblich. Zudem vereinfacht standardisierte Ausrüstung Schulungen und macht diese praktischer und umfassender. Hierdurch können unserer Hörgeräteakustiker leicht zwischen den Zentren wechseln, sei es als Reaktion auf eine gesteigerte Nachfrage oder als Teil ihrer persönlichen Karriere.

Die Exzellenz der betrieblichen Prozesse betrifft ein Unternehmen nicht nur intern: Effizienz sorgt dafür, dass wir in jeder Phase des Beratungsprozesses höchste Kundenzufriedenheit erzielen. Unser Netzwerk von Laperre in Belgien beispielsweise erreicht dies durch kontinuierliche Erhebungen, in dem Kunden mehrere Möglichkeiten haben, ihre Erfahrung im Verlauf ihres Kontakts mit dem Zentrum zu bewerten. So können wir umgehend eingreifen, wenn sich Probleme ergeben.

In einer vernetzten Welt, in der potenzielle Kunden Informationen bei ihresgleichen im Internet und in sozialen Medien suchen, sind positive Bewertungen ganz besonders wichtig.

Weiteres Wachstum

Die Strategie der Connect Hearing Group zielt auf ein nachhaltiges und profitables Wachstum ab, bei dem wir alle unsere vier Wachstumsmöglichkeiten nutzen. Ein Weg ist organisches Wachstum, bei dem sich die Leistungsfähigkeit unserer bestehenden Fachgeschäfte durch höhere Besuchsfrequenz, höhere Konversionsraten und eine Steigerung der Umsatzrentabilität pro Kunde verbessern soll. Durch die Eröffnung neuer Geschäfte nutzen wir zudem unsere gemeinsame operative Infrastruktur. Eine Ein weiterer Ansatz sind Akquisitionen, die wir dann ins Auge fassen, wenn bereits eine enge Partnerschaft mit dem Eigentümer besteht und ein nahtloser Übergang der Kundendienste gewährleistet ist. Vor allem aber unterstützen wir nachhaltiges Wachstum durch permanente Innovation: Die Ausweitung erfolgreicher Modelle auf andere Märkte und die Entwicklung neuer Konzepte für Beratung, Anpassung und Distribution, wie beispielsweise das Shop-in-Shop-Konzept.

Die Partnerschaft von Sonova mit der führenden britischen Drogeriemarktkette Boots hat sich zu einem äusserst erfolgreichen Shop-in-Shop-Retailmodell entwickelt, das erheblichen Umsatz für die Connect Hearing Group generiert. Von der Partnerschaft profitieren alle Parteien: Boots kann seinen Kunden noch differenziertere Dienstleistungen anbieten und die Besuchsfrequenz in seinen Drogeriemärkten erhöhen; der Vorteil für die Kunden liegt darin, dass sie es mit einer einzigen, für ihre Topqualität im Gesundheitsbereich bekannten Marke zu tun haben. Der Erfolg des Geschäftsmodells zeigt sich auch im weiteren Anstieg der Standorte von 428 im Vorjahr auf nunmehr 470.

Im Rahmen der bestehenden Vertriebsstrategie und aufgrund der jüngsten Marktentwicklungen hat Sonova entschieden, dass Deutschland einer der zehn Schlüsselmärkte für unsere Retailaktivitäten der Gruppe wird. Unser bestehendes Netzwerk aus rund 100 Fachgeschäften bildet dabei eine solide Grundlage für unser weiteres Wachstum und unsere Expansion im zweitgrössten Markt für Hörgeräte.



KUNDEN-ERFAHRUNGEN

«Schön, wieder hier zu sein», sagt Keith Bancroft. Der 93-Jährige lächelt und lehnt sich zurück auf dem bequemen Stuhl im Beratungszimmer der Connect Hearing Geschäfts in Encino, Los Angeles. Das audiologische Fachgeschäft ist eine von über 300 Connect Hearing Filialen in den USA. «Mein Hörgerät hilft mir, alles zu geniessen, was mir in meinem Alter Freude macht», sagt Bancroft. Besonders schätzt er das Bluetooth-Streaming. Damit werden die Audiosignale seiner TV-Lieblingssendungen und Anrufe direkt an das Hörgerät gesendet.

Der Audiologe Dan Newmark kommt herein und begrüsst Bancroft wie einen alten Freund. Die beiden kennen sich gut – Newmark passte Bancroft vor zehn Jahren sein erstes Hörgerät an. «Eine gute Kundenbeziehung aufzubauen ist

ein langer Prozess», sagt Newmark. Er war schon Audiologe am Standort Encino, bevor das Geschäft von Connect Hearing übernommen wurde, und sieht den Eigentümerwechsel sehr positiv. «Die Werte von Connect Hearing sind auch meine», sagt Newmark. «Ich möchte den Kunden verstehen und eine umfassende Lösung bieten, nicht einfach nur ein Produkt verkaufen.» Im Rahmen eines weltweiten Rebrandings hat Connect Hearing in den USA seit 2013 insgesamt 47 verschiedene Marken unter einer Dachmarke zusammengefasst. Alle Filialen tragen jetzt den Schriftzug Connect Hearing, die Wiedererkennbarkeit ist dadurch überall in den USA gegeben. Auch der Beratungsansatz ist einheitlich – der Kunde soll sich als König fühlen. Bei ausgewählten Stores wie am Standort Encino sind die Innenräume nach dem gleichen, neuen Designkonzept gestaltet: grosszügig, freundliche Farben, Spa-Atmosphäre.

Newmark geht auf die Bedürfnisse jedes Kunden individuell ein: «Wer seine Freunde beim Golfen nicht mehr versteht, braucht etwas, das Windge-

räusche reduziert.» Er zeigt auf ein Poster im Beratungszimmer, darauf zu sehen ist ein fröhlich lächelnder Golfer. Doch Freddie ist kein Fotomodell, das für eine Werbung posiert – sondern Kunde bei Connect Hearing.

Seine Erlebnisse sind Teil der weltweiten Testimonialkampagne «Besseres Hören beginnt mit einer Geschichte», in der echte Kunden ihre Erfahrungen mit Connect Hearing schildern. «Erst dank des Hörgeräts habe ich wieder Spass auf dem Golfplatz, jetzt kann ich alle Witze verstehen!» berichtet Freddie. Er erzählt auch von dem Tag, an dem das Hörgerät ihm beim Golfen in einem sumpfigen Gebiet in Florida das Leben rettete: «Stellen Sie sich vor, ich hätte die Warnungen meiner Freunde nicht gehört und einen Schritt zurück gemacht. Hinter mir lag ein riesiges Krokodil!»



«Ich möchte den Kunden verstehen und eine umfassende Lösung bieten», sagt Dan Newmark. Er ist Audiologe in einem Connect Hearing Fachgeschäft in Los Angeles und setzt den weltweit einheitlichen Beratungsansatz um: Der Kunde soll sich als König fühlen.

Provide, Connect Hearing Customer

“I’m joking with my golf buddies again.”

