

Retailgeschäft

Die AudioNova Gruppe hat sich zum Ziel gesetzt, erstklassige Dienstleistungen und technologische Lösungen für Menschen mit Hörverlust anzubieten.



Im Mai 2016 gab Sonova die Vereinbarung zur Übernahme von AudioNova, einem der grössten europäischen Anbieter für professionelle audiologische Dienstleistungen, bekannt. Die Übernahme wurde im September 2016 abgeschlossen, wodurch das Retailnetzwerk von Sonova in Europa um mehr als 1'300 Fachgeschäfte mit attraktiver Marktstellung und etablierten Kundestämmen anwuchs. Durch die Akquisition wurden rund 1'600 Hörakustiker hinzugewonnen, was die Kapazität und die Kundennähe des Retailnetzwerks erheblich steigerte.

Das komplementäre Angebot und die erstklassige Retailplattform von AudioNova passen ideal zum bestehenden hochkarätigen Servicenetzwerk und der integrierten Retailstrategie von Sonova. So entsteht eine optimale Ausgangslage, um die kombinierten Stärken der beiden Netzwerke zu nutzen. Nach Abschluss der Übernahme benannte Sonova das globale Retailgeschäft in «AudioNova» um. Entstanden ist ein schnell wachsendes internationales Netzwerk professioneller Hörakustiker, die in mehr als 3'300 Standorten in zwölf wichtigen Märkten rund um den Globus tätig sind.

Die AudioNova Gruppe ist unter mehreren marktspezifischen, gut etablierten lokalen Marken tätig. Hierzu zählen unter anderem AudioNova, Audium, AuditionSanté, Boots Hearingcare, Connect Hearing, Geers, Hansaton, Lapperre, Schoonenberg und Triton. Alle diese Marken verfolgen dieselbe globale Strategie, erstklassige professionelle Dienstleistungen anzubieten und durch die Fokussierung auf die Kundenerfahrung nachhaltiges Wachstum zu generieren.

Neue Produkte und Dienstleistungen

Innovation bei Sonova beinhaltet auch unsere Einzelhandelsaktivitäten. Hörverlust wirkt sich auf alle Aspekte des Lebens aus – und das Leben ändert sich ständig. Unser Retailgeschäft profitiert vom direkten und schnellen Zugang zur neuesten Technologie von Sonova. Damit sie ihre volle Wirkung entfalten, müssen unsere Lösungen ganz individuell präsentiert, angepasst, erklärt und unterstützt werden. Aufgrund der ständigen Optimierung unserer Dienstleistungen können wir bahnbrechende technologische Neuerungen nutzen, um die Kundenerfahrung sowie unsere Produktivität weiter zu verbessern.

Im Laufe der letzten Jahre haben wir unsere Partnerschaft mit der führenden britischen Drogeriemarktkette Boots erfolgreich ausgebaut. Aufbauend auf dem starken Kundenstamm von Boots, mit rund acht Millionen Kundenbesuchen pro Woche in seinen Apotheken und Optikgeschäften, und durch den Zugang zu rund 18 Millionen Inhabern der Treuekarte Boots Advantage, kann Boots Hearingcare seine Führungsposition auf dem britischen Privatmarkt weiter stärken. Parallel zu den wachsenden Umsätzen bieten wir neue Zahlungsmodelle und steigern die Produktivität unter anderem durch die Einführung der benutzerfreundlichen elektronischen Terminvereinbarung und die Optimierung der Einsatzpläne unserer Fachkräfte: An vielen unserer fast 500 Standorte sind die ganze Woche über alle Termine ausgebucht, bei einigen gilt dies sogar für das Wochenende.

In den Niederlanden betreibt unser Netzwerk von Schoonenberg neun Fachzentren, zwei weitere sollen bald eröffnet werden. Sie bieten hervorragende Betreuung für Menschen mit sehr spezifischen oder komplexen Höranforderungen sowie für Kunden, die auf der Suche nach hochinnovativen Lösungen – wie Wireless-Kommunikationssystemen – und fachkundigem Service sind. Die Fachzentren verfügen über modernste Ausstattung und Simulationen von Hörsituationen sowie bestens ausgebildetes und motiviertes Personal, das eng mit HNO-Spezialisten und Audiologiezentren von Krankenhäusern zusammenarbeitet. Auf einem hart umkämpften Markt, auf dem die von der Versicherung bezahlten Standardangebote vorherrschen, ergibt sich daraus, dass der Verkaufspreis, der Kundenwert und der Privatmarktumsatz durchschnittlich höher ausfallen – und, was ganz entscheidend ist, die Kundenzufriedenheit.

Marktzugang

Unser Ansatz für eine professionelle audilogische Versorgung schafft Kundenbindung durch die Optimierung der Betriebsabläufe. Wir fokussieren auf jeden Schritt des Kundenerlebnisses und fragen: Wie können wir diese Interaktion besser, einfacher, schneller, ansprechender, produktiver gestalten? Gemeinsame Servicefunktionen und Schulungen, kombinierte Einkaufs- und Ausrüstungsstandards, ein einheitliches Leistungsmanagement und IT-System – all dies hilft dabei, einen herausragenden Eindruck unserer Mitarbeitenden, Dienstleistungen und Lösungen zu vermitteln und zugleich die Effizienz und die Rentabilität zu steigern.

Als internationales Netzwerk, das zahlreiche Schlüsselmärkte abdeckt, möchten wir bestehenden und potenziellen Kunden klar vermitteln, dass sie in jedem unserer Geschäfte eine positive Beratungserfahrung erleben, die unsere Werte widerspiegelt. Persönliche Empfehlungen sind noch immer die wichtigste und profitabelste Quelle, um Neukunden zu gewinnen. Um uns diese Empfehlung zu verdienen, möchten wir als vertrauenswürdige Marke unserer Branche angesehen werden. Dies bedeutet, dass die individuelle Kundenerfahrung mit der Markenidentität verknüpft werden muss. Die fortschrittlichen Lösungen und optimierten Verfahren, welche die Kunden in ihrem Geschäft vor Ort

so schätzen, sollen überall gewährleistet sein, wo unsere Marken vertreten sind. Zu diesem Zweck arbeiten wir in den jeweiligen Ländern netzwerkübergreifend an einem einheitlichen Markenauftritt, um ein konsistentes Erscheinungsbild unserer Geschäfte zu erreichen und so unsere gemeinsamen Werte zu unterstreichen.

In strategischer Hinsicht hat für uns aktuell Priorität, die Aktivitäten von AudioNova und der Connect Hearing Group zu einem integrierten Netzwerk zusammenzuführen, dessen Produktangebot zunehmend auf Technologie von Sonova basiert. In unsere Geschäftsleitung haben wir einen neuen Manager mit grosser Erfahrung im Retailbereich berufen, um unseren klaren und umfassenden Integrationsplan auf globaler und lokaler Ebene umzusetzen. Wir setzen weiter auf organisches Wachstum in jedem einzelnen unserer Geschäfte. Dies möchten wir durch noch bessere Produkte und Dienstleistungen sowie eine verbesserte Kundenerfahrung erreichen. Zudem werden wir Lücken in unseren Schlüsselmärkten durch neue Fachgeschäfte, innovative Vertriebsmodelle und ausgewählte Akquisitionen schliessen.

eSolutions

In einer immer stärker vernetzten Welt wird eine klar strukturierte, einfache Kundenerfahrung zunehmend vorausgesetzt, ebenso die Unterstützung durch effiziente digitale Tools. Unsere Palette an eSolutions bietet genau das. Sie automatisieren Routineaufgaben und versetzen unsere Fachleute in die Lage, über unterschiedlichste Kanäle ihr Expertenwissen einzusetzen.

Eine der grössten Herausforderungen in der Hörgerätebranche besteht darin, Menschen mit Hörverlust davon zu überzeugen, sich Hilfe zu suchen. Früher erfolgte dies hauptsächlich über traditionelle Anzeigen in Zeitungen oder Schaufenstern. Heutzutage suchen sich die Menschen ihre Informationen aber zunehmend im Internet.

Im Rahmen unserer Partnerschaft mit Boots in Grossbritannien stellen wir seit mehr als einem Jahr unsere benutzerfreundliche Screening-App für Tablets zur Verfügung, die online oder in Läden genutzt werden kann: Bei dieser werden einige einfache Fragen beantwortet und die Hörschwellen bei niedrigen, mittleren und hohen Frequenzen getestet. Seit ihrer Einführung wurden zehntausende Hörtests durchgeführt. Nach Beendigung des Screenings können die Kunden sofort in Echtzeit einen Termin im nächsten Fachgeschäft vereinbaren. Der Vorgang generiert automatisch eine Bestätigungs-E-Mail mit einem Link zu einem Fragebogen, mit dem die Kunden und der zuständige Audiologe von Boots auf den Termin vorbereitet werden. So kann sich beim ersten persönlichen Treffen ein konstruktiveres Gespräch entwickeln. Zudem verschickt das Programm 72 bis 48 Stunden vor dem Termin per E-Mail eine Erinnerung. Dadurch werden die Termine auch häufiger wahrgenommen. Ende 2016 haben wir diesen Ansatz mit der Erprobung von eCoach konsequent weiter umgesetzt. Dabei handelt es sich um eine App für das Smartphone, die neuen Hörgeräteträgern Tipps gibt, ihnen Höraufgaben stellt und eine direkte Verbindung zu ihrem Audiologen bietet. Zudem stellt sie

dem Audiologen von Boots Echtzeitdaten zur Verfügung, die ihm dabei helfen, die Einstellung des Hörgeräts beim nächsten persönlichen Treffen zu optimieren. In Zukunft soll dies auch über Fernsupport möglich sein.

Doch auch in unserer digitalen Welt wünschen sich die Menschen mehrere Möglichkeiten, mit ihren Fachdienstleistern Kontakt aufzunehmen. Potenzielle Neukunden erreichen uns über vielfältige Kanäle wie E-Mail, Sprach-, Text- oder Video-Chat oder auch soziale Medien. Dieses grosse Angebot an Kanälen geht mit kürzeren Aufmerksamkeitsspannen einher: Um potenzielle Kunden tatsächlich zu gewinnen, müssen wir stets kompetent, schnell und effizient antworten.

Unser Netzwerk von Geers, einem der grössten Hörgeräte-Retailer Deutschlands, hat deshalb eine Lösung für das Kundenmanagement über unterschiedlichste Kanäle eingeführt. Diese Lösung sorgt für ein einheitliches Kundenerlebnis mit raschen und präzisen Antworten – unabhängig vom Kanal, den der Kunde für die Kontaktaufnahme wählt. Geschultes Personal übernimmt einfache Kundenanfragen und Terminvereinbarungen, erfasst die Resonanz auf Marketingkampagnen und beantwortet Anrufe oder E-Mails ausserhalb der Ladenöffnungszeiten. So wird sichergestellt, dass die potenziellen Kunden nicht verloren gehen. Dieser innovative Ansatz beim Kundenmanagement kann als Vorbild für ähnliche Zentren in anderen Märkten dienen.



Netzwerk für besseres Hören

Australien ist beinahe doppelt so gross wie alle Länder der Europäischen Union zusammen. Trotz der weiten Entfernungen schafft es das Team von Connect Hearing, mit den Kunden im gesamten Land ständig in Kontakt zu sein: Neben der direkten Betreuung in den mehr als 120 Fachgeschäften geschieht dies online. «Australien ist ein optimaler Markt für den Einsatz von eSolutions», erklärt Geschäftsführer Wolfgang Benedik. «Viele unserer Kunden sind sehr internetaffin. Mehr als die Hälfte der älteren Menschen in Australien surft im Internet und besitzt Smartphones. Das nutzen wir bei unserer Kundenansprache.»

Fast jeden Tag postet das Marketing Team von Connect Hearing neue Inhalte auf der Facebook-Seite der «We're all Ears»-Community: Die Seite hat bereits

mehr als 12'000 Fans, ständig kommen neue dazu. Daneben gibt es auch die «We're all Ears» Online-Plattform, auf der Connect Hearing mit unterschiedlichen Themen und Inhalten informiert. «Wir wollen den Nutzern einen echten Mehrwert bieten», sagt Marketingleiter Beat Meier. Die Beiträge reichen von Tipps für Jobsuchende mit Hörgerät, Empfehlungen für Angehörige von Menschen mit Hörminderung bis hin zu neuesten audiologischen Forschungsergebnissen. «Im Zentrum steht immer der Umgang mit Hörverlust, es geht nicht in erster Linie um Produkte», erklärt Meier. «Ausserdem laden wir potentielle Kunden mit Promotionsaktionen dazu ein, unsere Fachgeschäfte zu besuchen.»

Heute hat Meier eine Verabredung mit Sonova-Audiologin Julie Sutcliffe und der «We're all Ears»-Community: Alle zwei Monate können die User der Audiologin in einem Live-Chat Fragen stellen. «Das hilft den Mitgliedern der Community und wir erfahren, welche

Anliegen unsere Kunden und auch potenzielle Neukunden haben», erläutert Sutcliffe.

An einem der Konferenztische im geräumigen Loft der Zentrale in Sydney wartet das Team von Connect Hearing auf die Fragen: Der Live-Chat wird auf eine Leinwand projiziert und Sutcliffes Antworten direkt in den Computer eingegeben. Die Audiologin vermittelt vor allem Kontakte zu Hörakustikern oder Ärzten. Für viele User sind diese Ratschläge der entscheidende Impuls, sich um ihr Hörproblem zu kümmern. Am Ende der beinahe zweistündigen Sitzung sind alle zufrieden: «Wir konnten wieder vielen Usern helfen», sagt Sutcliffe.

«Die «We're all Ears»-Community ist ein voller Erfolg», freut sich Geschäftsführer Wolfgang Benedik. «Mit ihr nutzen wir für unser Geschäft das hohe Potential von Social Media und treiben die Entwicklung von weiteren eSolutions in Australien erfolgreich voran.»



Aktuelle Informationen der «We're all Ears»-Community abrufen, das geht auch mit dem Tablet: Die Online-Plattform von Connect Hearing in Australien hat bereits 12'000 Fans. In den Beiträgen geht es nicht in erster Linie um Produkte, sondern um den Umgang mit Hörverlust.