



Kundenservice ohne Stress: Erfolgsstrategien für die Hochsaison

Wie du auch in Spitzenzeiten effizient bleibst
und Kunden begeisterst



Dieses Whitepaper beleuchtet die wesentlichen Strategien, um die Herausforderungen im Kundenservice während der Hochsaison erfolgreich zu meistern.

Die Hochsaison im E-Commerce, besonders rund um große Feiertage wie Weihnachten, Black Friday und Cyber Monday, stellt erhebliche Herausforderungen für den Kundenservice dar.

Die steigenden Verkaufszahlen und das erhöhte Anfragevolumen können Unternehmen schnell an ihre Grenzen bringen. Insbesondere in Zeiten großer Verkaufsereignisse stehen Unternehmen vor der Aufgabe, diese steigenden Anfragen effizient zu bewältigen, ohne dabei die Kundenzufriedenheit zu gefährden.

Im Fokus stehen praxisnahe Ansätze, wie Unternehmen ihren Kundenservice skalieren und gleichzeitig die Effizienz steigern können. Durch Automatisierung, proaktive Kommunikation und eine gezielte Ressourcenplanung lassen sich Engpässe vermeiden, Überlastung reduzieren und die Servicequalität auf hohem Niveau halten. In diesem Whitepaper stellen wir die zentralen Herausforderungen der Peak Season vor und bieten praxisnahe Strategien und Lösungen, um deinen Kundenservice zu optimieren und deine Kunden zufriedenzustellen. Eine optimierte Kundenservice-Strategie während der Hochsaison bietet nicht nur die Möglichkeit, Umsatzpotenziale voll auszuschöpfen, sondern auch langfristige Kundenbindungen zu stärken und sich im Wettbewerb durch exzellenten Service hervorzuheben.



1 Die größten Herausforderungen im Kundenservice während der Hochsaison

1.1. Überlastung durch deutlich mehr Kundenanfragen: Wie du gewinnst, wo andere verlieren

Die Hochsaison fühlt sich für viele Unternehmen wie ein Sturm an. Besonders kleinere Händler verzeichneten während des Cyber Monday 2023 eine Umsatzsteigerung von 104%¹. Die Anzahl der Anfragen explodiert, und Probleme werden komplexer. Bestellungen verzögern sich, Lieferungen gehen schief - und Kunden erwarten sofortige Lösungen. Für die Mitarbeiter im Kundenservice fühlt es sich an, als ob sie gegen eine Welle ankämpfen – technische Engpässe und fehlende Ressourcen verstärken dieses Gefühl.

Automatisierung und skalierbare Systeme sind entscheidend, um das Team zu entlasten und schnelle Lösungen zu bieten. So wird der scheinbare Berg an Aufgaben kontrollierbar, dein Team bleibt motiviert und deine Kunden zufrieden.

Am Ende des Tages gewinnst du nicht nur den Kampf gegen die Überlastung, sondern schaffst auch ein erstklassiges Serviceerlebnis, das langfristig zu mehr Kundenbindung und Umsatz führt.

Praktische Herausforderungen:

- **Unternehmen:** Ohne skalierbare Systeme kommt es zu ineffizienten Prozessen, längeren Bearbeitungszeiten und technischen Engpässen.
- **Kunden:** 77% der Kunden erwarten sofortige Antworten. Verzögerungen führen zu Frustrationen, negativen Bewertungen und Kaufabbrüchen².
- **Mitarbeiter:** Die Überlastung des Teams erhöht das Burnout-Risiko. 52% der Kunden überdenken ihre Kaufentscheidung, wenn der Service nicht rechtzeitig reagiert³.

1. Meteor: Space Peak Seasons Statistics, www.meteorspace.com/2022/08/25/ecommerce-peak-seasons-statistics-all-online-businesses-need-to-know

2. HubSpot: 80 Customer Service Stats to Know in 2024, blog.hubspot.com/service/customer-service-stats

3. PwC: Globale Service-Studie 2023, www.pwc.de/de/content/bb6a6877-8da6-4ca1-a80a-32108620fb76/pwc-globale-service-studie-2023.pdf

1.2.

Steigende Erwartungen der Kunden über alle Kanäle: Schnell und konsistent auf jedem Weg

Kunden erwarten schnelle und konsistente Antworten – egal, ob sie per E-Mail, Telefon oder Chat anfragen. Tatsächlich verlassen 73 % der Kunden ein Unternehmen nach nur einer schlechten Erfahrung^{1,2}. Eine ineffiziente kanalübergreifende Kommunikation kann daher nicht nur kurzfristig zu negativen Erfahrungen führen, sondern auch langfristige Kundenbeziehungen gefährden.

Praktische Herausforderungen:

- Kunden wechseln mühelos zwischen Kanälen. Ohne integrierte Systeme können Anfragen verloren gehen oder inkonsistente Antworten entstehen. Laut HubSpot kehren 93 % der Kunden, die großartigen Service erfahren, zurück, während 58 % ein Unternehmen meiden, das schlechten Service bietet².
- 73 % der Kunden bevorzugen Self-Service-Optionen, wenn sie sofortige Hilfe benötigen¹.

1.3.

Überforderung und Burnout-Risiko im Team minimieren

Der Hochsaison-Stress kann zu einer Überlastung der Mitarbeiter führen, insbesondere, wenn sie nicht ausreichend unterstützt werden. Dies hat nicht nur negative Auswirkungen auf das Team, sondern auch auf die Kundenzufriedenheit.

Studien zeigen, dass Unternehmen mit proaktivem Kundenservice eine höhere Kundenbindung erzielen, indem sie Probleme frühzeitig lösen und dadurch die Zufriedenheit und Loyalität steigern³.

Praktische Herausforderungen:

- Lange Arbeitszeiten und hoher Druck führen zu Übermüdung und Burnout.
- Unzureichende Schulungen machen es dem Team schwer, effizient zu arbeiten.

1. Zendesk: Customer Experience Trends, <https://cxtrends.zendesk.com/reports>

2. HubSpot: 80 Customer Service Stats to Know in 2024, blog.hubspot.com/service/customer-service-stats

3. yellow.ai: Proactive customer service: Definition, benefits, and examples yellow.ai/customer-service-automation/proactive-customer-service/





2. Chancen und Risiken in der Hochsaison: • Nutze den Service-Vorteil

Die Hochsaison stellt für Unternehmen sowohl eine große Chance als auch ein erhebliches Risiko dar. Durch den erhöhten Kundenverkehr und die steigende Nachfrage können Unternehmen ihren Umsatz deutlich steigern. Gleichzeitig birgt ein unzureichender Kundenservice das Risiko langfristiger Schäden. Unternehmen, die sich rechtzeitig vorbereiten und ihren Service optimieren, können die Hochsaison nutzen, um Marktanteile zu gewinnen und die Kundenbindung zu stärken. Wer sich jedoch nicht ausreichend vorbereitet, riskiert langfristige negative Auswirkungen.

2.1. Umsatzsteigerung und Markenbindung: Jetzt oder nie!

Die Hochsaison bietet eine einmalige Gelegenheit, den Umsatz massiv zu steigern. In Spitzenzeiten wie dem Black Friday, der Cyber Week oder der Weihnachtszeit erwirtschaften viele E-Commerce-Unternehmen bis zu 30 % ihres Jahresumsatzes¹. Unternehmen, die in der Lage sind, schnelle und hilfreiche Antworten zu liefern, profitieren nicht nur von kurzfristig höheren Umsätzen, sondern stärken auch langfristig die Kundenbindung. Exzellenter Kundenservice während der Hochsaison führt dazu, dass Kunden sich gut betreut fühlen und gerne wiederkehren.

Laut einer Studie von PwC kehren 93 % der Kunden, die einen hervorragenden Service erleben, gerne wieder zurück². „Jetzt oder nie“: Ein guter Service während der Hochsaison sichert nicht nur kurzfristigen Umsatz, sondern stärkt auch das Markenimage und sorgt für zukünftige Verkäufe.

2.2. Risiken: Umsatzverluste und Imageschäden vermeiden

Ein ineffizienter Service kann nicht nur zu kurzfristigen Umsatzeinbußen führen, sondern langfristige Schäden hinterlassen. Kunden, die während der Hochsaison lange auf Antworten warten oder falsche Informationen erhalten, sind frustriert und äußern ihren Unmut häufig in Form von negativen Bewertungen.

Schlechte Bewertungen verbreiten sich in Zeiten von Social Media besonders schnell: Etwa 60 % der Kunden kaufen nach einer negativen Erfahrung nicht erneut bei einem Unternehmen³. Noch schlimmer ist, dass eine negative Bewertung im Schnitt 30 potenzielle Kunden beeinflusst. Ein schlecht organisierter Kundenservice kann also nicht nur kurzfristige Verluste verursachen, sondern auch das Markenimage nachhaltig schädigen.

1. Meteor: Space Peak Seasons Statistics, www.meteorspace.com/2022/08/25/ecommerce-peak-seasons-statistics-all-online-businesses-need-to-know

2. PwC: Globale Service-Studie 2023, www.pwc.de/de/content/bb6a6877-8da6-4ca1-a80a-32108620fb76/pwc-globale-service-studie-2023.pdf

3. CX Scoop: Data Shows That 74% of Customers Switch to Competitors Due to Poor Experiences, cxscope.com/latest-news/data-shows-that-74-of-customers-switch-to-competitors-due-to-poor-experiences/

2.3.

Wettbewerbsvorteil durch exzellenten Service

Während der Hochsaison wird der Kundenservice zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Unternehmen, die besonders effizient und kundenorientiert arbeiten, hinterlassen einen bleibenden Eindruck und können ihre Marktanteile ausbauen. In einem überfüllten Markt, in dem sich viele Unternehmen um die Gunst der Kunden bemühen, kann ein schneller, freundlicher und kompetenter Service den Unterschied ausmachen.

Untersuchungen zeigen, dass 72 % der Kunden sofortigen Service erwarten und Unternehmen, die diese Erwartungen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen, einen bleibenden Eindruck hinterlassen¹. Diese Unternehmen können ihre Servicequalität als differenzierendes Merkmal nutzen und sich so langfristig von der Konkurrenz abheben. In der Hochsaison ist dies besonders wichtig, um nicht nur kurzfristige Erfolge zu erzielen, sondern auch langfristig loyale Kunden zu gewinnen und Marktanteile zu sichern.

2.4.

Kundenfeedback als Potenzial

Die Hochsaison ist auch eine wertvolle Gelegenheit, um systematisch Kundenfeedback zu sammeln. Der hohe Kundenverkehr während dieser Zeit ermöglicht es Unternehmen, fundierte Erkenntnisse über die Schwächen und Stärken ihres Kundenservice zu gewinnen. Die Interaktionen mit Kunden bieten dabei nicht nur Rückschlüsse auf den Kundenservice, sondern auch auf das gesamte Einkaufserlebnis.

Dieses Feedback ist besonders wertvoll, da es in Echtzeit Aufschluss über die aktuellen Bedürfnisse der Kunden gibt. Unternehmen können das gesammelte Feedback nutzen, um sofortige Verbesserungen vorzunehmen, aber auch um langfristig ihre Produkte und Dienstleistungen zu optimieren. Unternehmen, die in der Hochsaison auf Kundenfeedback setzen, stärken ihre Kundenbeziehungen und nutzen dieses Potenzial, um die Kundenbindung und den Service nachhaltig zu verbessern.

1. Zendesk: Customer Experience Trends, <https://cxtrends.zendesk.com/reports>





3. Strategien für exzellenten Kundenservice in der Hochsaison

3.1. Proaktive Kommunikation als Erfolgsfaktor

Proaktive Kommunikation ist nicht nur eine nette Geste, sondern essenziell, um Frustration bei Kunden zu vermeiden. Wenn Kunden frühzeitig über potenzielle Verzögerungen oder Probleme informiert werden, entsteht das Gefühl, dass sie betreut werden und das Unternehmen die Kontrolle hat. Statusupdates zu Bestellungen, Lieferzeiten oder technischen Problemen helfen, Wartezeiten zu überbrücken und verhindern, dass Kunden sich selbst an den Support wenden müssen.

GREYHOUND Praxisbeispiel

Ein mittelständisches Unternehmen aus dem Haushaltsgerätebereich implementierte GREYHOUND, um automatische Statusupdates für Bestellungen zu versenden. Das Ergebnis: Die Anzahl der eingehenden Anfragen sank um 40 %, und die Kundenzufriedenheit stieg um 25 %. Die automatisierten Benachrichtigungen führten dazu, dass Kunden kontinuierlich informiert wurden, ohne selbst aktiv werden zu müssen.

3.2. Automatisierung für maximale Effizienz

Automatisierung ist der Schlüssel, um während der Hochsaison mit dem erhöhten Anfragevolumen Schritt zu halten. Häufig gestellte Fragen wie „Wo ist meine Bestellung?“ oder „Wie lange dauert die Lieferung?“ lassen sich durch Automatisierung effizient beantworten, ohne dass dein Support-Team jede Anfrage manuell bearbeiten muss. Dies entlastet nicht nur dein Team, sondern verbessert auch die Bearbeitungszeiten und die Gesamtzufriedenheit der Kunden.

GREYHOUND Praxisbeispiel

Ein großer Elektronikhändler nutzte GREYHOUND, um automatisierte Support-Benachrichtigungen für Retourenprozesse zu implementieren. Kunden erhielten sofortige Updates zum Rückgabeprozess, von der Bestätigung des Eingangs bis zur Rückerstattung. Dies reduzierte die Anzahl der Anfragen zu Rückgaben um 45 % und beschleunigte den Rückerstattungsprozess um 20 %. Gleichzeitig konnte das Support-Team sich auf komplexere Fälle konzentrieren, was die allgemeine Kundenzufriedenheit deutlich erhöhte.

3.3. Effizientes Ressourcenmanagement durch Datenanalyse

Um Engpässe in der Hochsaison zu vermeiden, ist ein präzises Ressourcenmanagement entscheidend. Unternehmen müssen aus vergangenen Hochsaisons lernen und ihre Personalplanung optimieren, um den steigenden Anfragen gerecht zu werden. Oftmals sind Teams überfordert, was zu längeren Bearbeitungszeiten und einem erhöhten Risiko für Burnout führt. Die Analyse historischer Daten hilft dabei, Personalressourcen effizienter zu verteilen und sicherzustellen, dass zur richtigen Zeit genügend Kapazitäten zur Verfügung stehen.

GREYHOUND Praxisbeispiel

Ein internationaler Möbelhändler nutzte GREYHOUND, um vergangene Hochsaisondaten zu analysieren und den Personaleinsatz effizient zu gestalten. Dadurch konnte die Anzahl der Überstunden um 30 % reduziert werden, während die Bearbeitungszeit der Anfragen um 12 % gesenkt wurde. Mit GREYHOUND gelang es dem Unternehmen, die Personalressourcen optimal zu nutzen und die Belastung des Teams zu minimieren.

3.4. Multi-Channel-Support: Konsistente Betreuung über alle Kanäle

In einer Zeit, in der Kunden erwarten, über verschiedene Kanäle (E-Mail, Chat, Telefon und Social Media) kommunizieren zu können, ist ein konsistenter und schneller Service unerlässlich. Kunden wechseln oft mühelos zwischen den Kanälen, und ohne ein integriertes System können Anfragen verloren gehen oder unzureichend beantwortet werden. 73 % der Kunden bevorzugen Self-Service-Optionen, wenn sie sofortige Hilfe benötigen, aber sie erwarten auch eine nahtlose Erfahrung über alle Kanäle hinweg. Dies erfordert, dass Unternehmen die Daten ihrer Kunden zentral zusammenführen, um Verzögerungen und Frustrationen zu vermeiden.

GREYHOUND Praxisbeispiel

Ein Spielzeughändler integrierte GREYHOUND, um Kundendaten über E-Mail, Social Media und Telefon hinweg zu synchronisieren. Dadurch konnte die Bearbeitungszeit um 15 % verkürzt und ein konsistentes Serviceerlebnis über alle Kanäle hinweg sichergestellt werden. Die Synchronisierung der Kundendaten ermöglichte es dem Support-Team, schneller auf Anfragen zu reagieren und die Kundenzufriedenheit um 18 % zu steigern.





4. Kundenservice optimieren: Praktische Tipps für die Hochsaison

4.1. Frühzeitige Planung und Schulung des Teams

- **Schulungen Wochen vor der Hochsaison starten:**
Bereite dein Team durch gezielte Schulungen auf typische Hochsaison-Herausforderungen vor.
- **Daily Standups einrichten**
Organisiere tägliche Kurzmeetings (Morning Huddles), um aktuelle Herausforderungen, neue Anfragen und die Tagesziele zu besprechen.
- **Wissensdatenbank erstellen**
Erstelle eine gut zugängliche, umfassende FAQ- und Wissensdatenbank, die gängige Kundenanfragen und Antworten enthält. Diese sollte regelmäßig aktualisiert werden, um typische Hochsaison-Anfragen schnell bearbeiten zu können.
- **Flexible Schichtplanung einführen**
Plane flexible Schichten ein, um auf plötzliche Nachfrageanstiege reagieren zu können, und stelle sicher, dass für besonders kritische Zeiten immer ausreichend Personal verfügbar ist.

4.2. Effiziente Priorisierung von Kundenanfragen

- **Ticketsystem implementieren**
Richte ein Ticketsystem ein, das Anfragen nach Dringlichkeit priorisiert. Nutze automatische Priorisierungen für besonders dringende Anliegen wie Bestell- oder Lieferprobleme.
- **Automatische Eskalationsprozesse festlegen**
Stelle sicher, dass dringende Anfragen sofort eskaliert werden. Definiere klare Eskalationsstufen, um sicherzustellen, dass kritische Anfragen schnell bearbeitet werden.
- **SLAs (Service Level Agreements) einführen**
Definiere für verschiedene Anfragenarten spezifische Antwort- und Bearbeitungszeiten, um eine strukturierte und verlässliche Bearbeitung sicherzustellen.
- **Vorkategorisierung einführen**
Implementiere eine automatische Kategorisierung von Anfragen, damit das Support-Team sich direkt auf die Bearbeitung konzentrieren kann, ohne die Anfragen manuell sortieren zu müssen.

4.3.

Automatisierung zur Effizienzsteigerung

- **Chatbots für häufige Anfragen einsetzen:**
Implementiere Chatbots, die häufig gestellte Fragen wie „Wo ist meine Bestellung?“ oder „Wie lange dauert die Lieferung?“ automatisch beantworten. Diese entlasten das Support-Team erheblich.
- **Automatische Antwortvorlagen einrichten**
Nutze vordefinierte Antwortvorlagen, die automatisch auf häufige Anfragen reagieren. Diese Vorlagen sollten regelmäßig aktualisiert werden, um aktuelle Trends und Themen abzudecken.
- **Retouren automatisieren**
Implementiere automatisierte Prozesse für Retouren, damit Kunden unmittelbar über die nächsten Schritte und Fristen informiert werden. Dies entlastet dein Team und verschafft den Kunden sofortige Klarheit über den Ablauf.
- **Automatisierte Workflows einführen**
Erstelle Workflows, die bestimmte Anfragen automatisch an die zuständigen Mitarbeiter weiterleiten oder eskalieren, ohne dass manuelle Eingriffe nötig sind.

4.4.

Proaktive Kommunikation mit Kunden

- **Regelmäßige Statusupdates versenden:**
Setze automatische Statusupdates auf, die Kunden über den Fortschritt ihrer Bestellungen oder mögliche Verzögerungen informieren. Dies minimiert unnötige Anfragen und hält die Kunden informiert.
- **Transparente Kommunikation bei Lieferverzögerungen:**
Informiere Kunden sofort, wenn es zu Verzögerungen kommt, und biete ihnen proaktiv Alternativen oder Kompensationen an (z. B. Gutscheine oder schnellere Lieferung beim nächsten Kauf).
- **Kundenumfragen einrichten:**
Schicke automatisierte Zufriedenheitsumfragen nach jedem abgeschlossenen Servicefall, um wertvolles Feedback zu sammeln und zu erfahren, wie der Service weiter verbessert werden kann.



4.5.

Multi-Channel-Strategie für konsistente Kundenbetreuung

- **Kanäle miteinander integrieren**

Stelle sicher, dass alle Support-Kanäle (E-Mail, Social Media, Chat, Telefon) miteinander verknüpft sind, damit keine Anfragen verloren gehen und Kunden über alle Kanäle hinweg konsistente Antworten erhalten.

- **Self-Service-Optionen ausbauen**

Biete den Kunden Self-Service-Möglichkeiten wie Wissensdatenbanken oder Online-FAQ-Bereiche an, die 24/7 zugänglich sind. Dies entlastet dein Support-Team und ermöglicht den Kunden, einfache Anfragen selbst zu lösen.

- **Omnichannel-Plattform nutzen**

Implementiere eine Omnichannel-Plattform, die Anfragen aus verschiedenen Kanälen in einer zentralen Lösung bündelt. So haben deine Support-Mitarbeiter immer einen vollständigen Überblick über die Kommunikation mit jedem Kunden.

- **Kommunikationshistorie anzeigen**

Erlaube deinen Support-Mitarbeitern, die vollständige Kommunikationshistorie jedes Kunden einzusehen, unabhängig davon, über welchen Kanal die Anfrage gestellt wurde. Dies ermöglicht eine nahtlose Kundenbetreuung.

4.6.

Engpässe in Echtzeit erkennen und beheben:

- **Dashboards zur Überwachung nutzen**

Setze Dashboards ein, um in Echtzeit den Status deines Kundenservices zu überwachen. Dadurch erkennst du sofort Engpässe und kannst frühzeitig gegensteuern.

- **Frühwarnsysteme einrichten**

Nutze Frühwarnsysteme, die dich und dein Team über potenzielle Überlastungen und Anfragenstaus informieren. So kannst du direkt Maßnahmen ergreifen, bevor Probleme eskalieren.

- **Echtzeit-Monitoring von Anfragenvolumen:**

Überwache kontinuierlich das Volumen eingehender Anfragen, um bei plötzlichen Spitzenzeiten sofort zusätzliche Ressourcen bereitzustellen.

- **Flexible Arbeitszeiten planen**

Setze flexible Arbeitszeiten ein, um bei unerwarteten Spitzenzeiten schnell zusätzliche Kapazitäten zu schaffen.

4.7.

Ressourcenmanagement optimieren

- **Datenbasierte Schichtplanung**

Nutze historische Daten, um die Schichten deines Support-Teams effizient zu planen und sicherzustellen, dass während der Spitzenzeiten immer genügend Personal verfügbar ist.

- **Pausen- und Erholungszeiten festlegen**

Achte darauf, dass dein Team während der Hochsaison regelmäßige Pausen und Erholungszeiten erhält, um Burnout zu vermeiden und die Produktivität aufrechtzuerhalten.

- **Temporäres Personal einsetzen**

Überlege, temporäre Mitarbeiter für die Hochsaison einzusetzen, um die Arbeitslast zu bewältigen und dein Kernteam zu entlasten.

- **Schichtübergreifende Kommunikation sicherstellen**

Implementiere Übergabeprotokolle und Tools, damit Teams, die in unterschiedlichen Schichten arbeiten, immer nahtlos über den aktuellen Stand der Anfragen informiert sind.

Mit diesen Strategien bist du gut auf die Hochsaison vorbereitet. Doch wie funktioniert das in der Praxis? Das folgende Beispiel zeigt, wie POOL Total erfolgreich die Herausforderungen im Kundenservice gemeistert hat.



5. Erfolgsbeispiel: Wie POOL Total durch GREYHOUND seine Kundenkommunikation revolutionierte

POOL Total (www.pooltotal.com), ein Unternehmen im Bereich Schwimmbadzubehör, stand plötzlich vor einer völlig neuen Herausforderung: Durch veränderte Marktbedingungen und eine stark gestiegene Nachfrage explodierte die Anzahl der Kundenanfragen. Die bisher genutzte Lösung zur Bearbeitung der Kundenkommunikation – Outlook – erwies sich zunehmend als unzureichend. Die fehlende Übersicht, Doppelbearbeitungen und langsame Reaktionszeiten führten zu massivem Stress auf allen Ebenen: Die Verantwortlichen verloren die Kontrolle, die Mitarbeiter waren überfordert, und die Kunden warteten frustriert auf Antworten. Das Unternehmen lief Gefahr, potenzielle Kunden an die Konkurrenz zu verlieren und die neu gewonnenen Marktchancen ungenutzt zu lassen.

Das Unternehmen erkannte, dass es schnell eine Lösung finden musste, um diese Situation in den Griff zu bekommen. Die manuelle Bearbeitung der Anfragen über Outlook, die früher ausreichend war, konnte mit dem gestiegenen Volumen nicht mehr bewältigt werden. POOL Total entschied sich daher, nach einer Helpdesk- und CRM-Lösung zu suchen, die speziell auf die Bedürfnisse wachsender Kundenanfragen zugeschnitten ist. Die nahtlose Integration mit der bereits genutzten JTL-Warenwirtschaft war ein entscheidendes Kriterium, da so die Auftragsdaten direkt in der Kundenkommunikation angezeigt werden. Dieses Feature von GREYHOUND sparte dem Team bei POOL Total enorm viel Zeit, da das lästige Wechseln zwischen verschiedenen Systemen entfiel.

Der Wandel durch GREYHOUND

Mit GREYHOUND implementierte POOL Total innerhalb kürzester Zeit eine leistungsstarke Lösung, die ihre Kundenkommunikation grundlegend verbesserte. Die Einführung von Automatisierungen, Chatbots und Textbausteinen reduzierte das Volumen manueller Aufgaben drastisch. So wurden Standardanfragen automatisiert beantwortet, während komplexere Anfragen sofort priorisiert wurden. Fragen zu Aufträgen konnten nun direkt automatisiert beantwortet werden, was die Reaktionszeiten deutlich verkürzte.

Vor der Implementierung von GREYHOUND konnte POOL Total täglich eine begrenzte Anzahl von Kundenanfragen manuell bearbeiten. Nach der Einführung von GREYHOUND stieg diese Zahl erheblich – ohne zusätzliches Personal einzustellen. Diese Effizienzsteigerung führte zu einer deutlichen Verbesserung der Kundenzufriedenheit, da Anfragen schneller und präziser bearbeitet wurden. Auch die Mitarbeiterzufriedenheit verbesserte sich spürbar, da repetitive Aufgaben durch die Automatisierung reduziert wurden und sie sich auf wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren konnten.

Integration und Schulung: Schnell und effizient

Die Implementierung von GREYHOUND bei POOL Total verlief bemerkenswert schnell: In nur zwei Tagen wurde die Basisversion der Software aufgesetzt und implementiert. Bereits am dritten Tag konnte das Unternehmen GREYHOUND effektiv nutzen. Eine Schulung der Mitarbeiter wurde parallel durchgeführt, sodass das Team von Anfang an mit den neuen Funktionen vertraut war. Die anfängliche Skepsis der Mitarbeiter gegenüber der neuen Lösung verflog schnell, als sie die Vorteile der Software erkannten: Die Automatisierung nahm ihnen repetitive Aufgaben ab, die Kommunikation wurde übersichtlicher und die Arbeit insgesamt entspannter.

Wichtig zu erwähnen ist, dass die Einführung von GREYHOUND nicht nur kurzfristig positive Effekte erzielte, sondern auch langfristig die interne Teamdynamik verbesserte. Die Mitarbeiter schätzten es, dass sie

weniger mit manuellen Aufgaben überladen waren und stattdessen die Möglichkeit hatten, sich auf den direkten Kundenkontakt zu konzentrieren, was das Betriebsklima insgesamt verbesserte.

Zusammengefasst: Wichtige Erkenntnisse

POOL Total ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie eine effiziente Kundenkommunikation und Automatisierungslösungen nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die Effizienz und Zufriedenheit der Mitarbeiter steigern können. Durch die Integration von GREYHOUND in die bestehenden JTL-Systeme konnte POOL Total eine nie dagewesene Übersicht über ihre Kundenanfragen gewinnen, Anfragen in Echtzeit priorisieren und Automatisierungen zur Bearbeitung von Standardanfragen nutzen. So wurden nicht nur mehr Anfragen bearbeitet, sondern auch die Qualität der Kundenkommunikation auf ein neues Level gehoben.

Die Zusammenarbeit zwischen GREYHOUND und POOL Total zeigt, wie eine schnelle Implementierung zu langfristigen Erfolgen führen kann – für das Unternehmen, die Mitarbeiter und die Kunden.





Fazit

Kundenservice als Schlüssel zum Erfolg in der Hochsaison.

Die Hochsaison stellt für E-Commerce-Unternehmen eine außergewöhnliche Gelegenheit dar, Umsätze zu maximieren und Kunden dauerhaft an sich zu binden. Doch diese Phase birgt auch große Herausforderungen: Die Erwartungen der Kunden sind höher, die Anfragen nehmen stark zu, und der Wettbewerb schläft nicht.

Exzellenter Kundenservice ist in dieser Zeit der entscheidende Hebel, um sich von der Konkurrenz abzuheben und nachhaltig zu wachsen. Unternehmen, die frühzeitig auf Automatisierung, effiziente Prozesse und proaktive Kommunikation setzen, können nicht nur die steigende Nachfrage meistern, sondern auch langfristige Wettbewerbsvorteile sichern.

GREYHOUND bietet hierfür die ideale Lösung: Mit unserer leistungsstarken Plattform zur Automatisierung, Multi-

Channel-Integration und Priorisierung von Kundenanfragen geben wir Unternehmen die Werkzeuge an die Hand, um die Hochsaison mit Bravour zu meistern. Die Anbindung an bestehende Systeme, wie Warenwirtschaft, ERP oder Middleware vereinfacht Prozesse zusätzlich und spart wertvolle Zeit. Unternehmen wie POOL Total haben bereits bewiesen, dass es möglich ist, den Kundenservice zu revolutionieren, Anfragen um über 150 % zu steigern und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Die Entscheidung, in der Hochsaison den Kundenservice zu optimieren, zahlt sich langfristig aus. Unternehmen, die jetzt in ihre Kundenkommunikation investieren, sichern sich nicht nur unmittelbare Umsatzerfolge, sondern stärken ihre Marke und die Loyalität ihrer Kunden. Verpassen Sie nicht die Chance, Ihren Kundenservice als Wettbewerbsvorteil zu nutzen und sich an die Spitze des Marktes zu setzen.



6. Dein Erfolgswerkzeug: Die Checkliste für die Hochsaison

Das vorrangegangene Whitepaper vermittelt wichtige Strategien für den Kundenservice während der Hochsaison. Die beigefügte Checkliste ergänzt dies als praxisnahes Tool. Sie bietet dir einen klaren Plan, den du in jeder Phase der Hochsaison nutzen kannst – vor, während und danach. Nutze sie, um strukturiert und effizient auf die Herausforderungen zu reagieren.



1

Vor der Hochsaison: Vorbereitung ist der Schlüssel

Mit einer gründlichen Vorbereitung legst du den Grundstein für einen erfolgreichen Kundenservice in der Hochsaison. Hier sind die wichtigsten Maßnahmen, die du vorab treffen solltest:

1. Analyse und Prognose:

- Verkaufs- und Anfragezahlen aus den Vorjahren analysieren.
- Prognosetools oder KI nutzen, um das Anfragevolumen vorherzusagen.
- Self-Service-Portal aufsetzen und häufig gestellte Fragen (FAQ) vorbereiten.

2. Personalplanung:

- Temporäres Personal einstellen oder externe Dienstleister einplanen.
- Team auf neue Tools und Hochsaison-spezifische Herausforderungen schulen.
- Schichtpläne so anpassen, dass genügend Ressourcen für Spitzenzeiten vorhanden sind.

3. Technologie vorbereiten:

- Automatisierungstools (z. B. Chatbots) für Standardanfragen einrichten.
- Zentralisierte Plattform zur Verwaltung aller Kommunikationskanäle integrieren.
- Systeme für vorausschauende Skalierung testen und optimieren.

4. Proaktive Kommunikation vorbereiten:

- Kunden über mögliche Verzögerungen oder Änderungen im Service informieren.
- Automatisierte Status-Updates (z. B. Bestellstatus, Lieferzeiten) vorbereiten.
- Vorlagen für Notfallkommunikation erstellen.

2

Während der Hochsaison: Effizienz sicherstellen

1. Multi-Channel-Kommunikation:

Alle Kanäle (E-Mail, Chat, Social Media) überwachen und konsistente Antworten sicherstellen.

Automatisierte Status-Updates zu Bestellungen und Lieferungen regelmäßig versenden.

2. Automatisierung und Self-Service nutzen:

Chatbots einsetzen, um häufige Fragen automatisch zu beantworten (z. B. "Wo ist meine Bestellung?").

Self-Service-Portal prominent auf der Website platzieren, um Anfragen zu reduzieren.

3. Teammanagement:

Arbeitszeitpläne regelmäßig überprüfen und an das Anfragevolumen anpassen.

Regelmäßige Pausen einplanen, um Burnout vorzubeugen.

Tägliche Team-Check-ins abhalten, um Engpässe oder Probleme schnell zu identifizieren.

4. Proaktive Kommunikation fortsetzen:

Kunden proaktiv über Verzögerungen und potenzielle Probleme informieren.

Klare Lösungen und Alternativen anbieten (z. B. alternative Liefermethoden oder Gutscheine).

3

Nach der Hochsaison: Analyse und Optimierung

1. Nachbereitung und Feedback einholen:

Kundenfeedback einholen und Rücksendeprozesse überprüfen.

Kunden nachfassen, um ihre Zufriedenheit zu sichern (Follow-up E-Mails oder Umfragen).

2. Team- und Prozessanalyse:

Analysieren, was gut gelaufen ist und wo Verbesserungspotenzial besteht.

Erfolgreiche Strategien dokumentieren und innerhalb des Teams teilen.

Feedback vom Team einholen, um Verbesserungsvorschläge für die nächste Hochsaison zu sammeln.

3. Retourenmanagement optimieren:

Rücksendungen überwachen und Kunden regelmäßig über den Status informieren.

Effiziente Bearbeitung von Rücksendungen sicherstellen, um Kundenzufriedenheit zu gewährleisten.

4. Langfristige Kundenbindung fördern:

Treuen Kunden nach der Hochsaison spezielle Rabatte oder Programme anbieten.

Up-Selling und Cross-Selling gezielt fördern, um die langfristige Kundenbindung zu stärken.



Mit Plan zum Erfolg: Die Hochsaison meistern

Diese Checkliste hilft dir dabei, deinen Kundenservice während der Hochsaison optimal zu organisieren. Wenn du die oben genannten Schritte durchgehst und regelmäßig überprüfst, stellst du sicher, dass dein Unternehmen auf den Ansturm vorbereitet ist und wichtige Aspekte nicht übersehen werden. Nutze diese Checkliste als Leitfaden, um effizient und kundenorientiert durch die Hochsaison zu navigieren





Über **GREYHOUND®** – Dein Partner für stressfreien Kundenservice:

Wenn du im E-Commerce unterwegs bist, weißt du, wie schnell der Kundenservice zur echten Herausforderung werden kann – vor allem in der Hochsaison.

Hier kommt eine Kundenservice-Lösung ins Spiel, die dir das Leben erleichtert: GREYHOUND! Wir sorgen dafür, dass du den Überblick behältst, indem wir Routineanfragen automatisieren und dein Team entlasten. So können sich deine Mitarbeiter um das kümmern, was wirklich zählt: deinen Kunden

erstklassigen Service zu bieten.

Mit GREYHOUND laufen alle Anfragen über eine zentrale Plattform – egal ob E-Mail, Chat oder Social Media. Du sparst Zeit, reduzierst Fehler und sorgst dafür, dass deine Kunden immer schnell und kompetent betreut werden. Das bringt nicht nur weniger Stress für dein Team, sondern auch zufriedeneren Kunden, die gerne wiederkommen.



Jenny Füllenbach & Marcel Hertwig

Noch Fragen? Wir sind für dich da!

Hast du Fragen oder willst du GREYHOUND einfach mal ausprobieren? Melde dich jederzeit bei uns oder teste unsere Software kostenlos für 30 Tage und sieh selbst, wie wir deinen Kundenservice auf das nächste Level heben!

✉ sales@greyhound-software.com

☎ +49 (0) 541 507990 0

🌐 www.greyhound-software.com