

FRAGESTELLUNG

Ein Großhandelsunternehmen führt einen umfassenden Online-Shop-Relaunch durch und stellt dabei u. a. auf eine offene Shop-Umgebung um. Mithilfe von Informations- und Schulungsveranstaltungen soll die Vertriebsmannschaft mit dem neuen Shop vertraut gemacht und in die Lage versetzt werden, diesen bei den Kunden zu präsentieren.

HERAUSFORDERUNG

Während die niedrige Einstiegshürde eines offenen Online-Shops für Neukunden zumeist positiv bewertet wird, löst die neue Transparenz bei bestehenden Kunden oft Unbehagen aus. Damit der neue Shop unternehmensintern akzeptiert wird, muss im Rahmen eines Change-Management-Prozesses umfassend über Chancen und Potenziale informiert werden.

HERANGEHENSWEISE/LÖSUNG

Die ECC-Experten haben in enger Zusammenarbeit mit dem Sales Management, den Niederlassungsleitern und dem Außendienstmitarbeitern des Großhändlers zunächst interne Stakeholdergruppen identifiziert. Für diese Gruppen wurden anschließend passgenaue Trainingskonzepte entwickelt, die sich in Inhalt und Umfang unterschieden. Parallel wurden Usability-Tests mit Mitarbeitern und Kunden konzipiert, um mögliche Nutzungsbarrieren bei zentralen Abläufen im Online-Shop (z. B. Informationssuche, Produktauswahl und -bestellung) zu identifizieren.



ERGEBNIS

Durch den strukturierten Change-Management-Prozess und den direkten Austausch mit den verschiedenen Stakeholdergruppen konnten Vorbehalte dem neuen Online-Shop gegenüber abgebaut und die Mitarbeiter/innen nachhaltig für die Potenziale des Relaunches sensibilisiert werden.

- ✓ Unternehmensweite Kick-Off-Veranstaltung mit drei Mini-Workshops.
- ✓ Während der Relaunchphase fünf weitere Workshops, zwei Webinare und acht Usability-Tests.
- ✓ Integraler Bestandteil der Workshops war eine Live-Demonstration des neuen Online-Shops mit seinen zentralen Funktionen und Besonderheiten.