

Automatische Übernahme von Adressdaten in der Website:

Händler für Reinigungsgeräte nutzt Arbeitszeit effektiver

Michael Häußler, Fachhändler für Dampfsauger und Dampfreiniger, kann über mangelnde Nachfrage nicht klagen. Mit zwei Mitarbeitern betreibt der Schwörzkircher Unternehmer sein Geschäft erfolgreich seit 2003. Der Verkauf wird ergänzt durch Reparatur und Serviceangebote. Dank Suchmaschinenoptimierung und automatischer Übernahme von Adressdaten hat sich seine Website zu einem wichtigen Umsatztreiber entwickelt.



1984 begann der Vater von Michael Häußler, Karl Häußler, mit dem Vertrieb von Landmaschinen. Das Geschäft wuchs und wurde ausgeweitet. Mit der Eröffnung des Online-Shops gelang es, den Service und die Angebote weiter

zu optimieren. Vor allem im Bereich der Reinigungsgeräte, hier wiederum besonders Dampfreiniger und Dampfsauger, stieg die Nachfrage stark an. Häußler zeichnet sich nach eigenen Angaben dadurch aus, dass er die einzige Firma ist, die verschiedene Fabrikate im Lieferprogramm führt. Diese Sparte wurde ausgliedert und wird jetzt von Michael Häußler mit separater Firma betreut. Der Großteil der Umsätze wird in Deutschland erwirtschaftet, immerhin ein Drittel aber auch in Österreich und im europäischen Ausland.

Arbeitszeit effektiver genutzt

Der erste Schritt zum erfolgreichen E-Commerce war die Suchmaschinenoptimierung der Website, die nun bei Suchanfragen stets weit vorne steht. Gingen nach dem Start der Website täglich 3–4 Anfragen ein, führte die Optimierung zu einem kräftigen Anstieg auf rund 20 Anfragen pro Tag. Der Erfolg hatte auch seinen Preis: Da die Adressdaten manuell bearbeitet werden mussten, nahm die Bearbeitung viel Zeit in Anspruch.

Anfang 2008 ließ Häußler eine Lösung für die automatische Übernahme der Adressdaten in das Kundenmanagementsystem (CRM) programmieren. „Das haben sicher viele“, meint Häußler bescheiden. Doch letztlich kann es ihm egal sein, denn für das Unternehmen hat sich die Investition in die unkomplizierte und äußerst praktische Lösung rasch rentiert. Eineinhalb Stunden spart Häußler nun täglich ein. Diese Zeit wird jetzt effektiver für Kundenaktionen und -telefonate genutzt. Häußler hat in 2008 bereits einen Umsatzanstieg verzeichnet. Natürlich gebe es auch viele andere Faktoren, die die Umsatzentwicklung beeinflussen, betont Häußler, aber es sei offensichtlich, dass sich die intensivere Kundenbetreuung auszahle. (ct)



Statement

Michael Häußler, Inhaber der Firma Michael Häußler in Schwörzkirch:

„Durch die automatische Übernahme der Adressdaten in das Kundenmanagementsystem sparen wir jeden Tag viel Zeit, die wir effektiver nutzen. Wir können nun unsere Kunden intensiver betreuen. Keine Frage: Diese einfache, aber praktische Lösung hat sich rasch rentiert.“

BestPractice-IT Extract

Michael Häußler

Handel

2 Mitarbeiter

Ausgangssituation: Website nicht erfolgreich genug, aufwendige manuelle Adresserfassung

Lösung: Suchmaschinenoptimierung und automatische Übernahme von Adressdaten

Resultat: Mehr Anfragen, die schneller bearbeitet werden, eingesparte Arbeitszeit wird für effektivere Kundenbetreuung genutzt

Kategorien: Kunden, Mitarbeiter, Organisation