

Erfolgsgeschichte



## Bewertungen unterstützen TTI beim kundenorientierten Wandel

In einem wettbewerbsintensiven Umfeld heben sich viele der erfolgreichsten Marken durch die Wahl einer stärker kundenorientierten Unternehmensstrategie ab.

TTI, ein Hersteller von Elektrowerkzeugen, Outdoor-Motorwerkzeugen und Bodenreinigungs- und pflegegeräten hat sich diesem Wandel vor Kurzem unterzogen und die Bemühungen haben sich gelohnt.

„Die Bau- und Sanierungsindustrie wächst rasant und Unternehmen wissen, dass der Produktbedarf immer bestehen wird“, so Pinky Bhatia, Head of Digital (Consumer) bei TTI. „Allerdings konzentriert es sich auf einige wenige große Unternehmen, deren Schwerpunkt mehr auf den Kosten und nicht auf innovativen Lösungen liegt, die auf die Wünsche der Verbraucher eingehen.“

TTI und ihre Marken wie Ryobi, AEG Powertools und Vax nutzten die Gelegenheit, sich durch kundenorientierte Unternehmensentscheidungen zu profilieren.

„Wir hatten unser ‘Aha’-Erlebnis, als wir erkannten, dass wir nicht nur Produkte, sondern auch einen Service verkaufen, was die gesamte Erfahrung während des Kaufzyklus und auch danach beinhaltet. Dies bedeutete, dass ab sofort alles, was wir tun, kundenorientiert anvisiert wird“, erklärt Bhatia.

### AUF EINEN BLICK

#### Herausforderung

Sich von Mitbewerbern in einer wachsenden Branche abheben.

#### Lösung

Das Unternehmen durch einen stärker kundenorientierten Ansatz umgestalten.

#### Vorteil

Eine verbesserte Kundenerfahrung und eine Umsatzsteigerung auf dem Vertriebskanal.

### Lösungsvorschläge



Ratings & Reviews



Questions & Answers

**Trishy**  
Rossarden,  
Tasmania,  
Australia  
Review 1  
Votes 0

★★★★★ · 4 months ago  
**Great Power**

I love the Vax, I have only ever had 2 stick vacuums and both have been vax, the 1st lasted about 8 years and is still going, given to a friend after I bought the pet pro..... fantastic machine and so many accessories that all work brilliantly.. I have no problem with the overall work of this machine... how ever to make it better I feel the plug for the power cord could be in a better place I find it hard to plug in being under the machine and also the the power head brush I feel should be better accessible for cleaning as undoing 3 screws is a tad annoying...but apart from those 2 things I love this machine and use it every day.

 Originally posted on  
vax.com.au

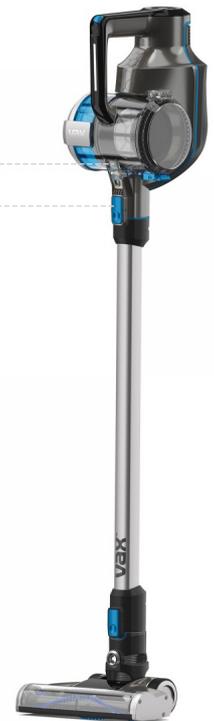
**KimW**  
Sydney, Australia  
Review 1  
Votes 0  
Pets? Yes  
Allergies? No  
Home Surface Types: Carpets

★★★★★ · 4 months ago  
**I love it!**

We have had our Vax Blade Pet for about a month. It has changed the way I clean the floors. I'm finding I can do a couple of 5 min vacuums across the week and pack away so easily (perfect in a small apartment). No more cords or dragging the vacuums behind me. Its so simple for tiny jobs, a room each day or whenever convenient. Its also pretty kid friendly - easier for them to vacuum their own room.

Yes, I recommend this product.

Value   
Ease of Use   
Reliability   
Weight   
Cleaning Result 



## UMSÄTZE MITHILFE VON KUNDENSTIMMEN ANKURBELN

Kundenmeinungen sind Hauptbestandteil einer positiven Kundenerfahrung. TTI nutzt Bazaarvoice Ratings & Reviews, um das Vertrauen der Verbraucher beim Kauf zu stärken.

„Egal, wie gut Inhalte einer Marke gestaltet sind, sie werden nie so überzeugend sein wie Inhalte anderer Verbraucher, und Bewertungen sind ein wichtiger Bestandteil unserer CGC-Strategie“, so Kon Romios, Head of Consumer Marketing bei TTI.

Die Zahl der Shopper, die anhand von verbrauchergenerierten Inhalten (CGC) bewusste Kaufentscheidungen treffen, wächst weltweit. Fast die Hälfte aller Shopper in APAC interagiert vor dem Kauf mit CGC, so der Bazaarvoice-Shopper-Experience-Index-Report, der untersucht, wie Verbraucher mit mehr als 5.700 Marken- und Händler-Webseiten im Bazaarvoice-Netzwerk interagieren.

„So viele unserer Käufe werden auf diese Weise beeinflusst, dass das Lesen von Bewertungen zur Gewohnheit geworden ist. Du überlegst, essen zu gehen? Du schaust bei Facebook oder Zomato. Dasselbe gilt für Bücher bei Amazon, Filme auf Netflix, Dinge auf Ebay und Apps im App-Store“, so Bhatia.

Es hat sich für TTI als sehr effektiv erwiesen, dass sie es Käufern erleichtern, die von ihnen gewünschten authentischen Informationen zu finden.



“Als Teil unseres kontinuierlichen digitalen Wandels sind Bewertungen ausschlaggebend, um das Vertrauen unserer Kunden in unsere Marke zu stärken und Kaufentscheidungen zu bestärken, und mit Bazaarvoice als Lösungsanbieter wird die Authentizität der Bewertungen sichergestellt.”

**Pinky Bhatia**  
Head of Digital (Consumer) bei  
TTI

„Es liegt in unserer Natur, bei anderen nach Bestätigung für den Kauf eines Produkts oder nach Hilfe bei einer Kaufentscheidung zu suchen. Darauf beruht der größte Einfluss auf die Konversionsrate“, so Bhatia.

## **DIE SHOPPER IN DEN ENTSCHEIDENDEN MOMENTEN ERREICHEN**

Die Verbreitung von Bewertungen an wichtige Händler ermöglicht es TTI, verbrauchergenerierte Inhalte genau da einzusetzen, wo Shopper sie am meisten benötigen.

„Wir verkaufen VAX auf dutzenden Händler-Webseiten quer durch Australien und erhalten fantastische Ergebnisse durch das Syndizieren von Inhalten an diese Seiten. Wir erreichen eine Zielgruppe, die nach Produkten unserer Produktkategorien sucht“, so Bhatia.

Der Nutzen von Bewertungen reicht über den digitalen Raum hinaus, da sie für TTI auch als Hilfsmittel zur Umsatzsteigerung im Geschäft dienen.

„Wir sehen, welche Wirkung Online-Bewertungen auf die Offline-Umsätze haben. Es besteht eine Verbindung zwischen Online- und Offline-Shopping und wir haben beide Erlebnisse zusammengeführt. Viele Kunden schauen sich entweder vor oder während des Einkaufs im Geschäft online Bewertungen an“, so Romios.

## **MITHILFE UMFANGREICHER KOMMUNIKATION MIT KUNDEN DEN BEDARF AN DIREKTER KUNDENBETREUUNG REDUZIEREN**

Das Unternehmen nutzt außerdem Bazaarvoice Questions & Answers, um direkten Kundenkontakt zu etablieren und Fragen öffentlich zu beantworten.

„Questions & Answers ist im Wesentlichen ein Servicekanal geworden, bei dem Kunden bessere Unterstützung bekommen, ohne anrufen oder auf Antwort warten zu müssen. Wir haben festgestellt, dass Verbraucher durchschnittlich 10 Sekunden länger auf Produktseiten mit Fragen und Antworten aktiv sind“, so Bhatia.

## **DATEN UND EINBLICKE NUTZEN**

Die Einblicke, die TTI mithilfe von CGC gewinnt, tragen zu den Bemühungen des Unternehmens bei, anhand von Daten ein besseres Verständnis ihrer Kunden zu entwickeln und individuelle Wünsche anzusprechen.

„Einer der Hauptgründe, weshalb wir uns für Bazaarvoice und nicht für einen anderen Anbieter entschieden haben, ist, dass wir nicht bereit waren Kompromisse mit unseren Daten einzugehen. Wir haben in Salesforce investiert, anstatt unsere Daten auf vielen verschiedenen Plattformen zu speichern, und waren von der einfachen Integration von Bazaarvoice mit Salesforce überzeugt“, erklärt Bhatia. „Wir können all unsere Kundendaten synchronisieren, um weiterhin eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden zu erhalten.“

## **CGC WEITERHIN ALS WICHTIGSTE ERFOLGSKOMPONENTE EINSETZEN**

„Als Teil unseres kontinuierlichen digitalen Wandels sind Bewertungen ausschlaggebend, um das Vertrauen unserer Kunden in unsere Marke zu stärken und Kaufentscheidungen zu bestärken, und mit Bazaarvoice als Lösungsanbieter wird die Authentizität der Bewertungen sichergestellt“, so Bhatia.



### **UNTERNEHMENSPROFIL**

Haushaltswaren und -geräte

### **KUNDE SEIT**

2017

### **ÜBER DAS UNTERNEHMEN**

Techtronic Industries Australia entwirft, produziert und vermarktet Elektrowerkzeuge, Outdoor-Motorwerkzeuge sowie Bodenreinigungs- und pflegegeräte für Verbraucher, professionelle und gewerbliche Nutzer der Heimwerker-, Wartungs- und Bauindustrien.

**bazaarvoice®**

**Bazaarvoice Deutschland GmbH | Liebherrstrasse 22, 80538 München**

**Tel: +49 89 4444 707-0**

**[www.bazaarvoice.com/de](http://www.bazaarvoice.com/de) | [www.bazaarvoice.com/blog](http://www.bazaarvoice.com/blog) | [f](#) | [t](#)**

© Bazaarvoice, 2019