

Zürich, 15. Dezember 2016

Medienmitteilung

Massgeschneiderte Omnichannel-Strategie für gesamtheitliches Kundenerlebnis

Für Ochsner Sport, eine Schweizer Deichmann-Tochter, entwickelt Unic eine langfristige Omnichannel-Strategie, die die Kunden und deren Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt und ihnen ein ideales kanalunabhängiges Käuferlebnis bietet.

Kunden und deren Bedürfnisse im Mittelpunkt

Ochsner Sport ist der führende Schweizer Sporthändler, der durch sein Sortiment und die Beratungskompetenz der Mitarbeitenden in über 80 Filialen in der Schweiz dem Kunden hilft, seine persönlichen sportlichen Ziele zu erreichen. Ochsner Sport hat dabei erkannt, dass ihre Kunden nicht nur ein online Angebot erwarten, sondern ein kanalunabhängiges, gesamtheitliches Erlebnis. Dies war für Ochsner Sport der Grund, ihre zukünftige Entwicklung anhand einer langfristigen Omnichannel-Strategie zu planen. Die Kunden und deren Bedürfnisse sollten dabei im Mittelpunkt stehen, um ihnen ein ideales kanalunabhängiges Käuferlebnis bieten zu können.

Die Beratungsleistungen für Ochsner Sport berücksichtigten nicht nur die technischen Aspekte einer Omnichannel-Strategie, sondern bauen auf den drei Omnichannel-Säulen Organisation, Prozesse und Systeme auf. Die konkreten Handlungsempfehlungen helfen Ochsner Sport die Organisation entsprechend auszubauen, die Prozesse anzupassen und die Systeme weiterzuentwickeln.

Die Investitionsschätzungen inklusive ROI Berechnungen machen die Omnichannel-Strategie für die Entscheider greifbarer und dienen dank verschiedener Szenarien als Entscheidungsgrundlage zur Weiterentwicklung des Unternehmens bis 2020.

Die Kombination der langfristig ausgerichteten Strategie gemischt mit kurzfristigen und schnell umzusetzenden Quick Wins brachte zudem den Nutzen, auch während eines längeren Strategieprojekts kontinuierlich Verbesserungen vornehmen zu können und dadurch zusätzlichen Umsatz zu generieren.

„Unic hat uns sehr wirkungsvoll dabei unterstützt, eine Omnichannel-Strategie zu entwickeln, die unsere Kunden in den Mittelpunkt stellt und unseren Geschäftserfolg in einem harten Wettbewerbsumfeld sichert. Parallel dazu hat uns Unic aufgezeigt, wie wir im aktuellen E-Commerce mit vernünftigem Aufwand rasch spürbare Verbesserungen erreichen können.“ Steve Schennach, Mitglied der Geschäftsleitung, Dosenbach-Ochsner AG.

Vision, SMART Goals und Handlungsempfehlungen

In Zusammenarbeit mit Ochsner Sport entwickelte Unic eine massgeschneiderte Omnichannel-Strategie, die ideal auf das Unternehmen und dessen Anforderungen abgestimmt ist. Zunächst führte Unic eine breit aufgestellte Analysephase der IST Situation in den Bereichen Organisation, Prozesse und Systeme durch. Parallel dazu wurde das Kundenverständnis, durch das Untersuchen des Verhaltens und der Anforderungen der Kunden, für das weitere Vorgehen verbessert. Darauf aufbauend entwickelte Unic in Zusammenarbeit mit Ochsner Sport eine langfristige Omnichannel-Strategie mit einer Vision zur Entwicklung des Unternehmens, SMART Goals zum Erreichen der Vision, konkreten Handlungsempfehlungen zu den Bereichen Organisation, Prozesse und Systeme sowie einer Investitionsschätzung inklusive ausführlicher ROI Berechnung. Parallel dazu wurden während des gesamten Projekts Fachexperten von Unic hinzugezogen, um Quick-Wins in den Bereichen Content, Informationsarchitektur, SEO und UX zu identifizieren und kurzfristige Verbesserungen vornehmen zu können. Ein Teilresultat der Omnichannel-Strategie ist der Relaunch der kürzlich live gegangenen Website www.ochsnersport.ch.

Über Unic

Unic ist ein europaweit führender Anbieter von integrierten E-Business-Lösungen. Gemeinsam mit unseren Kunden identifizieren und nutzen wir die strategischen Chancen in der digitalen Welt, um eine durchgängige Customer Journey mit einem einzigartigen Erlebnis zu schaffen.

1996 in der Schweiz gegründet, entwickeln heute 250 Mitarbeitende in den Bereichen Digital Marketing und Digital Commerce interaktive Lösungen, die das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt stellen. An den Standorten in Bern, Karlsruhe, München und Zürich sowie im Entwicklungszentrum in Wrocław setzen wir uns engagiert für die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden ein. Dazu arbeiten die Kompetenzen für Beratung, Kreation, Umsetzung und Betrieb Hand in Hand.

Ausgewählte Kunden sind Audi, Bridgestone, BEKB (Berner Kantonalbank), Caritas, Coca-Cola, Coop, Credit Suisse, Die Schweizerische Post, Feller, HORNBACH, JURA, Kanton Bern, Mammut, Manor, Ochsner Sport, PKZ, Rhätische Bahn, SBB, SWISS, Swisscom, UBS, Universität St. Gallen (HSG), Victorinox und Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG.

<http://www.unic.com>

Medienkontakt

Christine Roth, Corporate Communications

Tel. +41 44 560 16 40

christine.roth@unic.com