

Teletalk

CUSTOMER CARE & SERVICEMANAGEMENT



Fachorgan für
KVD e.V., CCV e.V.
und BVDW e.V.

WAR FOR TALENTS ...

Personalarbeit unter der Lupe

- Ansprache und Bewerbungsprozesse
- Automation – Ja oder Nein?
- Arbeitgeber-Attraktivität steigern
- Customer Care: Gehalt & Karriere
- Fluktuation und Krankenstand im Vergleich

Digitalisierung

RASTAL bringt den Gläsern sprechen bei

Service-Check

Bewerber-Management bei Versicherungen

Künstliche Intelligenz

Kunden mit automatisiertem Service begeistern

INNOVATIONSKULTUR IST EINE UNTERNEHMERISCHE DENKHALTUNG

Mit Gläsern, die den Kunden verstehen, transformiert RASTAL gemeinsam mit seinen Kunden die Gastronomie und digitalisiert das Geschäftsmodell des traditionsreichen Familienunternehmens.



In Innovations-Workshops wird bei RASTAL Zukunft gemeinsam gedacht: RASTAL Designchef Carsten Kehrein mit Coach Verena Fink von Woodpecker Finch und Fachleuten aus dem Unternehmen im Kreativ-Prozess rund ums Glas.

„Unser Führungsteam ist Treiber und integraler Bestandteil der Innovationskultur unserer Firma“, betont CEO Thomas Nieraad, der sich nach 27 Jahren in einem Technologiekonzern bewusst für RASTAL entschieden hat, um mit einem innovativen Mittelständler ins digitale Zeitalter aufzubrechen. Und Raymond Sahn-Rastal, ge-

schäftsführender Gesellschafter und Inhaber ist davon überzeugt, dass die Digitalisierung des Glases die industrieprägenden Marken des Unternehmens auf das technologische Niveau der Zukunft bringt. Die Zukunft, die er meint, heißt Smartglass und lebt von der Kommunikation mit dem Kunden.

Innovation trifft Tradition im Hauptsitz von RASTAL, einem Hidden Champion im Westerwald und Familienunternehmen in dritter Generation. Mit Bitburger wurde 1964 das erste Marken-Exklusivglas auf den Markt gebracht – ein unverwechselbares Glasdesign für eine spezielle Marke. Seitdem hat RASTAL eine Vielzahl von Industrie-Ikonen entwickelt, die heute noch integraler Bestandteil der Markenführung in der Getränkeindustrie sind.

Kerngeschäft von RASTAL ist Glasdesign, Produktion und Veredelung von Gläsern für die Getränke- und Werbemittelindustrie. Ausgezeichnet als eine „Marke des Jahrhunderts“ macht sich das innovative Management nun auf, in eine Ära digitaler Trinkkultur.

SMARTGLASS: Das Glas lernt sprechen

Nach dem Vorbild des „Internet der Dinge“ verbinden sich Glas und Elektronik, um den Endkonsumenten und Gastronomen das Leben leichter zu machen. Das Trinkglas wird dazu mit einem Near-Field-Communication-Chip für den drahtlosen Austausch von Daten über kurze Instanzen und einer weltweit eindeutigen Identifikationsnummer kombiniert. Glas und Chip werden dauerhaft verbunden und überleben auch Industriespülmaschinen unbeschadet. So lernt das Glas sprechen, zum Beispiel mit einer intelligenten Theke in der Gastronomie. Die RASTAL Smartbar fungiert als Lesestation und erkennt, welches Glas zum Kunden herübergereicht wird. Alternativ verbindet sich das Glas mit einem NFC-fähigen

Smartphone, das den Chip ausliest und die Daten zur zentralen Verarbeitung in die Cloud sendet.

Rastal Echtzeit-Verbrauchsdatenerfassung soll vor allem dem Kunden Mehrwert bieten: Gewinnspiele, die nach speziellen Codes suchen, prämiieren den Gast, der das richtige Glas in die Hand bekommt. Treuekarten generieren im Smartphone virtuelle Treuepunkte mit jedem gescannten Glas. Die Gastronomie versteht Ihre Kunden besser: Welcher Gast trinkt wann, was und wie viel? Welchen Einfluss haben seine Freunde darauf? Bestellt er bei seinem Lieblingsbarkeeper anders? Welchen Andrang erwarten wir morgen und wie korreliert

der mit dem Wetter? Entlang der kompletten Supply Chain kann optimiert werden: Von der Bedarfsprognose über Disposition bis zur Anlieferung. Der Gastwirt kann sein Personal gezielter einsetzen und Promotionen-Aktionen gezielt auf seine Gäste zuschneiden wie Gratis-Getränke oder Bonus-Voucher. Der Getränke-Hersteller kann Konsumdaten in Echtzeit nutzen, Regionen, Gastronomiebetriebe und – arten vergleichen oder Markenliebhaber gezielt ansprechen.



Raymond Sahn-Rastal, Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter



Thomas Nieraad, CEO bei Rastal

Mit Leidenschaft Zukunft gestalten

An Leidenschaft mangelt es nicht im RASTAL-Team, kein Wunder, dass die Westerwälder weiterforschen. Sie implementieren parallel Virtual Reality-Anwendungen und eine Weltneuheit im Zapfen, die zuletzt groß auf der CEBIT präsentiert wurde: Das Bottoms Up-Bier mit definierter Füllöffnung im Boden, das mit einem Magnet verschlossen ist und beim Aufsetzen auf die Zapfanlage von unten befüllt wird. Smart Self Service: In Stadien und bei Groß-Events werden die Gäste künftig per Smartphone die Zapfanlage freischalten können. Das Pfand wird mit der Glas-ID verknüpft und bei Glasrückgabe automatisch gutgeschrieben. BottomsUp steigert die Zapfgeschwindigkeit, reduziert Schankverlust, gewinnt Zeit des Bedienpersonals für besseren Kundenservice und senkt die Wartezeit für durstige Konsumenten.

„Unser Geschäftsmodell erweitert sich“, fasst Inhaber Sahn-Rastal zusammen. „Glas und Veredelung bleiben unser Kerngeschäft, aber in Zukunft ist Glas für uns auch ein Enabler für end-to-end-Kundenorientierung auf Basis digitaler Services.“



SMARTGLASS-Serie im Design des Kooperationspartners TELEKOM auf der Smartbar-Lesestation.

Zur RASTAL-GRUPPE : Produktion: rund 120 Millionen Gläser, Umsatz 2016: 75 Mio. Euro, Mitarbeiter: ca. 450