



KuFe⁺
B2B

TRANSAKTIONALES KUNDENFEEDBACK-SYSTEM



SCHAFFT TRANSPARENZ

INHALT

1.0 DAS TRANSAKTIONALE MESSEN

2.0 WO

- 2.1 Vor Ort
- 2.2 Print
- 2.3 Web
- 2.4 Mail
- 2.5 SMS
- 2.6 CRM Einbindung

3.0 WIE

- 3.1 System
- 3.2 Methode
- 3.3 Design

4.0 WAS

- 4.1 KPI (Key Performance Indicator)
- 4.2 Customer Journey
- 4.3 Eigene Fragen & Follow-Up
- 4.4 Geeignete Module

5.0 WANN

- 5.1 Konzept
- 5.2 Test
- 5.3 Finalisierung
- 5.4 Inbetriebnahme

6.0 DASHBOARD

- 6.1 Ihre Steuerungszentrale
- 6.2 Features

7.0 PACKAGES

- 7.1 Basic
- 7.2 Advanced
- 7.3 Professional



DAS TRANSAKTIONALE MESSEN

Kundenfeedback ist essentiell für jedes Unternehmen. Oft wird die Kundenmeinung aber unterschätzt oder vergessen, weil die Messung schwierig und aufwändig ist. Dabei ist es mit dem richtigen Instrument ganz einfach.

Voraussetzung für relevantes Feedback ist ein Vorgehen, das auf die jeweilige Situation angepasst ist. Dazu muss es schnell gehen. Stellen Sie sich vor, Sie werden kontaktiert: «Guten Tag, Sie hatten vor rund einem Monat ein Gespräch mit Anbieter X und wir würden gerne Ihre Meinung dazu wissen.» Könnten Sie Fragen nach Wartezeit, Kompetenz und Qualität des Lösungsvorschlags noch konkret beurteilen? Was würden Sie als Kunde von einer solchen Kontaktierung halten? Und: Können so aussagekräftige Ergebnisse erwartet werden?

Was beim Kunden nach einem Kontakt mittelfristig zurückbleibt, ist nicht viel mehr als ein vages, schwer artikulierbares Gefühl, irgendwo zwischen Positiv und Negativ. Und darauf basierend entscheidet er in zukünftigen Situationen, wie er Ihnen gegenübersteht. Die transaktionale Messung befragt deshalb direkt nach dem Ereignis – oder eben nach der Aktion, deswegen wird es «transaktionales» Messen genannt.

Die Erhebung findet automatisiert, fokussiert und auf mehreren Kanälen statt. Das Wichtigste ist, dass eine Teilnahme zum Zeitpunkt sinnvoll ist und dem Kunden einfach gemacht und attraktiv dargestellt wird. Für all diese Punkte sorgen wir als Ihr Partner.

Dank dem fachgerechten Aufbau des gesamten Systems, der professionellen Frageinhalte und Auswertung lassen sich Ergebnisse im Online-Dashboard in Echtzeit abrufen und direkt in einen Aktionsplan überführen. Der Königsweg dabei ist, die Kunden aufgrund der Feedbacks erneut zu kontaktieren und dieses vage, bleibende Gefühl zu beeinflussen, im besten Fall vom Negativen ins Positive. Das richtige Feedbacksystem nimmt den Kunden in seiner höchst eigenen Situation ernst und schafft genau dadurch eine gute Beziehung und Loyalität.

DAS RICHTIGE FEEDBACKSYSTEM NIMMT DEN KUNDEN IN SEINER HÖCHST EIGENEN SITUATION ERNST UND SCHAFFT LOYALITÄT.

SCHAFFT
ZUKUNFT

WO WIRD GEMESSEN

Die Touchpoints zwischen Ihnen und Ihren Kunden sind so vielfältig wie Ihre Geschäftsbeziehungen selbst. Die Wahl der Befragungskanäle muss dem relevanten Alltag angepasst sein.



VOR ORT



PRINT



WEB



MAIL



SMS



CRM EINBINDUNG



2.1 VOR ORT

Die Messung vor Ort ist am schnellsten und am direktesten. Sie funktioniert mittels einem Tablet auf einer Befragungssäule und macht überall dort Sinn, wo viele Kunden örtlich in Kontakt mit Ihnen stehen, wie bspw. in einem Laden, in einer Agentur oder ähnliches.

Ihre Terminals werden mit einem individuellen Branding nach Ihren Wünschen versehen. Das Design ist wechselbar. Gerne übernehmen wir hierfür auch die visuelle Gestaltung der Beschriftung. Ein darauf installiertes Tablet mit Diebstahlsicherung und Stromversorgung ist die perfekte Lösung für die transaktionale Messung vor Ort.

Terminals können einzeln verwendet werden oder in Kombination mit anderen Befragungskanälen.

MATERIAL: Holz (auf Wunsch sogar wasserfest)
DRUCK: Digitaldruck auf PVC-Folie, wechselbar
DRUCKFLÄCHE: 4 × 370 × 1100 mm
FORMAT TERMINAL: 370 × 370 × 1100 mm
SUJET: Individuell



2.2 PRINT

Laden Sie Ihre Kunden auf sämtlichen Printmedien zur Online-Befragung ein. Einfach, flexibel und überall einsetzbar.

Printmedien leben vom Wiedererkennungswert. Ein professionelles Grafikdesign trägt zu einer langfristigen Kundenbindung und einem sicheren Marktauftritt bei. Platzieren Sie Ihren Umfragelink mittels einem einfachen Short-Link oder in Form von QR-Codes mit Verlinkung zu Ihrer Umfrage und setzen Sie eine Botschaft dazu. Wir helfen Ihnen, dass Ihr Feedbacksystem professionell wahrgenommen wird.

- Visitenkarten
- Flyer
- Persönliche Briefe
- Rechnungen
- Broschüren
- Verpackungen
- Magazine
- Plakate
- uvm.



LADEN SIE IHRE KUNDEN SELBSTÄNDIG
JEDERZEIT PER E-MAIL EIN.
PERSÖNLICH UND UNKOMPLIZIERT.



2.3 WEB

Alles, was online möglich ist. Betten Sie Ihren Umfragelink in sämtliche Web-Interfaces ein, die Sie in der Kommunikation mit Ihren Kunden nutzen.

Wecken Sie Emotionen. Mit Hilfe der Webintegration stehen Ihnen viele Türen offen, um auf Ihre Umfrage aufmerksam zu machen. Je nach Publikum erstellen wir Ihnen auf Wunsch Ihren eigenen Onlinebanner oder eine Social Media Integration mit Hilfe von Bildern oder Videos.

- Onlinebanner
- Links
- Apps
- Homepage
- E-Mail-Signaturen
- Social Media
- uvm.



2.4 MAIL

Laden Sie Ihre Kunden selbständig jederzeit per E-Mail ein. Persönlich und unkompliziert.

Ihren Umfrage-Link können Sie ganz einfach in E-Mails integrieren. Kopieren Sie ihn in die Nachricht und fertig ist die Einladung.

Alternativ können Sie Ihre E-Mailversände auch automatisieren, bspw. mit der Serienmail-Funktion in Microsoft Office. Dazu kopieren Sie einfach Ihren Link in die Excel-Adressliste und verschicken hunderte Einladungen per Knopfdruck.

Oder Sie nutzen unseren Mail Service. Gerne beraten wir Sie persönlich zu den Möglichkeiten und Vorteilen dieser Lösung.



2.5 SMS

Immer mehr Ihrer Kunden verwenden das Smartphone zumindest als Ergänzung für die elektronische Kommunikation.

Deshalb wird Ihre Umfrage so programmiert, dass Sie auch auf kleinen Bildschirmen problemlos und einfach ausgefüllt werden kann (mobile friendly).

Laden Sie Ihre Kunden also bequem und im Zeitgeist per SMS Pop-Up, Whatsapp, Google Hangout etc. zur Umfrage ein. Selbstverständlich können Sie auch Twitter oder Facebook nutzen, hier sind den Möglichkeiten kaum Grenzen gesetzt.

Die Einladungen per SMS sind genau so einfach wie per E-Mail. Nutzen Sie Ihr eigenes Smartphone für einzelne Einladungen oder ein SMS-Versandprogramm für automatische Einladungen an mehrere Empfänger.

Oder Sie nutzen unseren SMS Service. Gerne beraten wir Sie persönlich zu den Möglichkeiten und Vorteilen dieser Lösung.



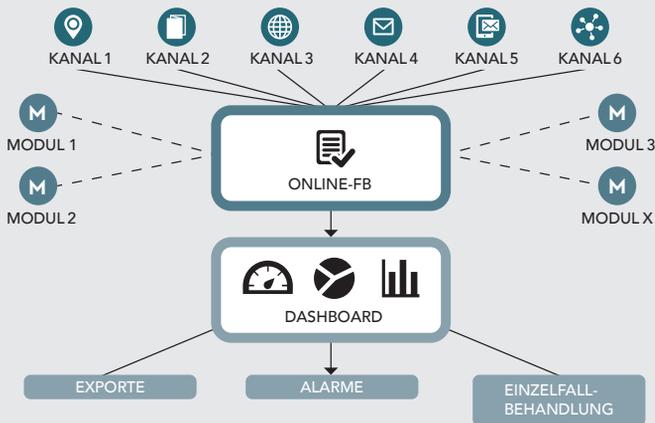
2.6 CRM EINBINDUNG

Die Einbindung Ihres CRM in Ihr Kundenfeedbacksystem ist der Königsweg.

Die Möglichkeiten, die dadurch entstehen, sind fast grenzenlos. Gerne beraten wir Sie hierzu eingehend und erstellen die für Sie optimale Lösung.

Sie können nicht nur die Einladungen in nahezu allen verfügbaren Kanälen personalisieren, sondern es wird auch möglich, die Einladungslinks individuell auszustellen. Dadurch muss Ihr Kunde keinerlei Angaben zur Firma oder zu seiner Person im Fragebogen machen, denn diese werden aus Ihrem CRM direkt im Link hinterlegt. Zudem stehen sämtliche hinterlegten Daten auch für die Auswertung im Dashboard zur Verfügung wie bspw. interne Klassifizierungen nach Regionen, Kundenwert, Betreuer etc.

Die Schliessung des Kreises ist die erneute Kontaktaufnahme mit dem Kunden, basierend auf seinen Feedbacks. Mit dem Dashboard können Sie zudem Folgeprozesse definieren wie Zielwerte für Mitarbeiter, automatische Meldungen bei bestimmten Werten etc. Sogar eine Rückschreibung von Werten in Ihr CRM ist möglich.



Das System des transaktionalen Messens



DER FRAGEBOGEN WIRD DURCH UNS IM RESPONSIVE DESIGN PROGRAMMIERT, SO DASS IHR SYSTEM ERKENNT, AUF WELCHEM GERÄT DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT WIRD

WIE WIRD GEMESSEN

3.1 SYSTEM

Den Kern bilden einerseits die Erhebung mittels Online-Fragebogen und andererseits die Auswertung im Dashboard. Einladungskanäle, Befragungsmodule sowie weiterführende Auswertungsmöglichkeiten können von Ihnen frei gewählt und kombiniert werden.

3.2 METHODE

Die Datenerhebung findet mit dem Online-Fragebogen statt, lediglich die Einladungskanäle und die Inhalte (Module) werden variiert. Die Online-Erhebung bringt viele Vorteile mit sich: schnell, zeitgemäss, kostengünstig, nutzerfreundlich und es entstehen keine Methoden-Effekte, die problematisch sein können, wenn unterschiedliche Methoden gleichzeitig genutzt werden.

3.3 DESIGN

Dem Design der Befragung muss grösste Beachtung geschenkt werden. Es muss nicht nur nutzerfreundlich und klar verständlich sein, sondern wird auch mit Ihnen in Verbindung gebracht, wenn Sie zur Teilnahme einladen. Deswegen legen wir grössten Wert darauf.

Der Fragebogen wird durch uns im Responsive Design programmiert, so dass Ihr System erkennt, auf welchem Gerät der Fragebogen ausgefüllt wird und sich an die Bildschirmgrösse und -art (Touchscreen ja oder nein) automatisch anpasst. Vorbei sind auch die Zeiten kleiner Antwortpunkte, die mit der Maus kaum getroffen werden können – geschweige denn mit dem Finger. Wir verwenden stattdessen grosse farbige Kacheln, Piktogramme und Bilder. Zusätzlich ist es möglich, Ihr eigenes Logo einzublenden uvm.

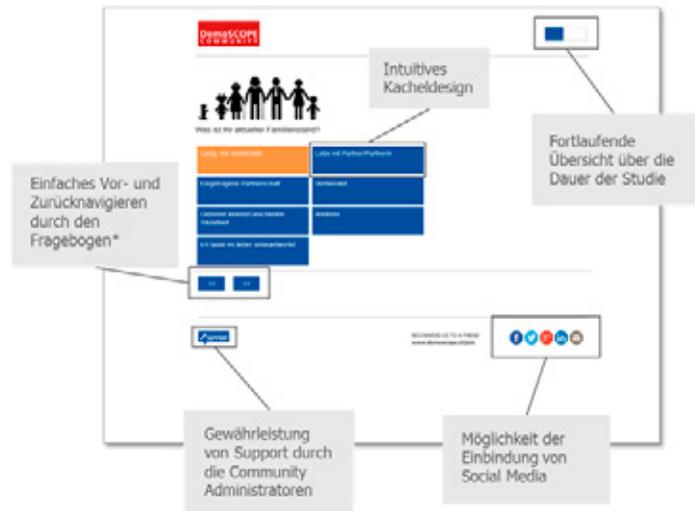


SEIT EINIGEN JAHREN VERWENDET DEMOSCOPE EIN BESONDERS NUTZERFREUNDLICHES DESIGN FÜR ONLINE-UMFRAGEN.

DESIGN GUIDELINES

Nutzerfreundlichkeit, Qualität und Wiedererkennungswert. Das sind die Stichworte des neuen Designs für Online Umfragen von DemoSCOPE. Das visuelle Design ist eine der wichtigsten Komponenten für die Marktforschung. Ein gutes, konsistentes und ansprechendes Design garantiert eine einfache und abwechslungsreiche Nutzererfahrung, was wiederum die Datenqualität und Rücklaufquote positiv beeinflusst. Das intuitive Kachel-Design ist visuell ansprechend, konsistent und garantiert eine geräteübergreifende Kompatibilität vom Desktop über Tablets bis zu Smartphones.

BEISPIEL



Das DemoSCOPE-Design beinhaltet

- ✓ Schlichtes Kachel-Design
- ✓ Konsistentes Farbkonzept
- ✓ Piktogramme als Antwortmöglichkeiten
- ✓ Klare und intuitiv zu bedienende Struktur

- ✓ Schnelle und einfache Orientierung
- ✓ Abwechslungsreiche Nutzererfahrung
- ✓ Geräteunabhängige Verwendung
- ✓ Ein erfrischendes Layout
- ✓ Nutzerfreundliche Handhabung
- ✓ Qualitativ hochwertige Datenerhebung

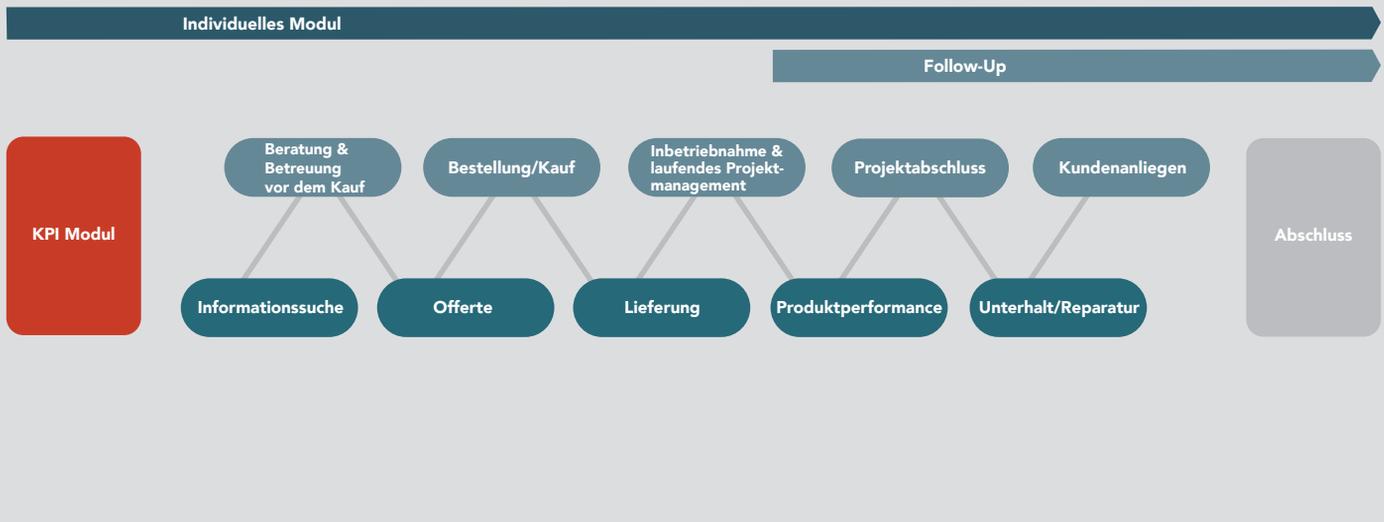


Abbildung Customer Journey

WAS WIRD GEMESSEN

4.1 KPI (KEY PERFORMANCE INDICATOR)

Das KPI-Modul dient als Basis Ihrer Umfrage. Hier werden die Key Performance Indicators Gesamtzufriedenheit und Weiterempfehlung abgefragt sowie für die Auswertung wichtige Unterscheidungsmerkmale wie bspw. Anzahl Mitarbeiter, Position im Unternehmen, Branche oder Region ihrer Kunden.

Das KPI-Modul dient ebenfalls dazu, Ihre Kunden auf die richtigen Folgemodule des Customer Journey zu führen.

4.2 CUSTOMER JOURNEY

Mit Customer Journey bezeichnen wir die Reise Ihres Kunden, also sämtliche Haltestellen, die er in der Beziehung mit Ihnen durchläuft, wenn er in Kontakt mit Ihnen steht. Oben sehen Sie die Customer Journey grafisch abgebildet. Die Befragungsinhalte basieren darauf, wobei jeder Haltestelle ein Modul gewidmet ist. Wählen Sie die Module aus, die für Ihr Geschäft von Bedeutung sind.

4.3 EIGENE FRAGEN & FOLLOW-UP

Zusätzlich zu den Modulen der Customer Journey können Sie mit einem individuellen Modul Ihre eigenen Fragen stellen.

Das Modul Follow-Up dient dazu, auf Basis der Antworten Ihres Kunden eine passende Folgefrage zu stellen und falls nötig die Kontaktdaten aufzunehmen. So können Sie ihn nach der Umfrage kontaktieren, falls er das wünscht (Einzelfallbehandlung). Die erneute Kontaktaufnahme bei einem unzufriedenen Kunden ist ein zentrales Moment des transaktionalen Messens, denn es bietet die Möglichkeit, aus Kritikern Fans zu machen. Das sind einmalige Chancen, die Sie nutzen sollten!



Abbildung Customer Journey

WAS WIRD GEMESSEN

4.4 GEEIGNETE MODULE

	Dienstleistung	Produktgeschäft	Anlagengeschäft
KPI Basismodul	+	+	+
Informationssuche	+	+	+
Beratung & Betreuung vor dem Kauf	+	+	+
Offerte	+	+/-	+
Bestellung/Kauf	+	+	+
Lieferung	+/-	+	+
Inbetriebnahme & laufendes Projektmanagement	+/-	+/-	+
Produktperformance	-	+	+/-
Projektabschluss	+	+/-	+
Unterhalt/Reparatur	-	+	+
Kundenanliegen	+	+	+
Individuelles Modul	+	+	+
Follow-Up	+	+	+



WIR BERATEN
SIE UMFASSEND.



WANN WIRD GEMESSEN

Das Timing lässt sich komplett Ihren Bedürfnissen anpassen. Sie entscheiden, zu welchen Zeitpunkten mit welcher Intensität gemessen wird – und auf welchem Kanal. Es lassen sich vier Phasen unterscheiden:

5.1 KONZEPT

Wir stellen gemeinsam mit Ihnen das passende System zusammen.

KONZEPT & TEST



FINALISIERUNG



INBETRIEBNAHME



5.2 TEST

Wir setzen das gewünschte System zum Testlauf auf. Ob die Tests rein technisch sind oder ob Sie bereits Kunden befragen möchten steht Ihnen frei.

5.3 FINALISIERUNG

Erkenntnisse aus den Tests, mittlerweile klar gewordene Wünsche und Bedürfnisse sowie Feedbacks Ihrer Stakeholder werden analysiert und zur optimalen Lösung konsolidiert.

5.4 INBETRIEBNAHME

Nun ist Ihr System optimal ausgerichtet und geht live. Falls notwendig schulen wir Sie und/oder Ihre Mitarbeiter, wie Sie das System am besten anwenden und worauf zu achten ist.



DASHBOARD

6.1 IHRE STEUERUNGSZENTRALE

Das Dashboard ist vergleichbar mit dem Armaturenbrett eines Autos. Sehen Sie auf einen Blick und grafisch dargestellt die wichtigen Daten und Ergebnisse. Klar und strukturiert, so dass Sie wissen, wo Verbesserungen notwendig sind. Loggen Sie sich online ein und sehen Sie zu jeder Zeit, an jedem Ort Ihre aktuellen Daten und Ergebnisse ein. Egal ob auf dem Computer, Tablet oder Smartphone – das Dashboard ist immer zur Stelle.

Dank der verschiedenen Filtermöglichkeiten können Sie vergleichen, was immer Sie interessiert. Sehen Sie genau welche Touchpoints welche Ergebnisse bei welcher Zielgruppe erzeugen. Zudem können Sie verschiedene Zeitspannen, Befragungskanäle, Firmengrößen, Regionen, Standorte und vieles mehr einzeln oder nebeneinander anzeigen. Datenanalyse war noch nie so einfach und gutaussehend.

So halten Sie die Zufriedenheit Ihrer Kunden zu jeder Zeit im Auge. Wir können Ihre eigene Steuerungszentrale mit zusätzlichen Features anreichern und Ihren Bedürfnissen anpassen.

Zusätzlich besteht die Option, ausserhalb des Dashboards auf Basis der Rohdaten komplexere statistische Analysen vorzunehmen. Bspw. lässt sich mittels einer Treiberanalyse erkennen, welcher Touchpoint den grössten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit Ihrer Kunden hat uvm. Wir beraten Sie gerne.

STANDARD FEATURES

-  Ergebnisse in Echtzeit
-  Responsive Design: Desktop, Tablet, Smartphone
-  Einfache Bedienung
-  Schnelle Übersicht
-  Trends nach filterbaren Zielgruppen
-  Frei regulierbare zeitliche Analysen
-  Vergleiche von Standorten, Kanälen etc.
-  Detaillierte Ergebnisse bei Bedarf einsehbar
-  Aktualisierung via W-LAN oder Mobile
-  Zentrales Controlling aller Systeme

WEITERFÜHRENDE OPTIONEN

-  Direkte Kundenbindung und Loyalität durch Einzelfallbehandlung
-  Branchenvergleiche/Benchmarking
-  Alarm-Funktionen an Management
-  Daten-Exporte nach Excel, SPSS etc.
-  Exporte von Berichten als PDF
-  Interaktive Anbindung an Ihr CRM
-  Weitere Funktionalitäten auf Wunsch umsetzbar

PACKAGES

Folgende Packages sind die Basis für Ihr eigenes Kundenfeedbacksystem. Gerne erstellen wir Ihnen eine an Ihre Bedürfnisse angepasste Offerte.



BASIC

Einladung:
1 Kanal inkl. individuelles Branding

Inhalt:
KPI-Modul

Auswertung:
Dashboard



PROFESSIONAL

Einladung:
Mehrere Kanäle inkl. individuelles Branding
+ Hinweiszubehör + Give Aways

Inhalt:
KPI-Modul + freie Modulwahl inkl. eigene Fragen

Auswertung:
Dashboard + Benchmarking + Exportfunktionen



ADVANCED

Einladung:
2 Kanäle inkl. individuelles Branding
+ Hinweiszubehör

Inhalt:
KPI-Modul + 2 Module

Auswertung:
Dashboard + Benchmarking

IHR KONTAKT

Florian Meile

Leiter KuFe und Senior Research Consultant

florian.meile@demoscope.ch / +41 41 375 44 16



FÜR ZUFRIEDENE
KUNDEN.

EIN PRODUKT VON

DemoSCOPE

Als grösstes von Schweizer Inhabern persönlich geführtes Markt- und Sozialforschungsunternehmen sind wir gross genug, um auch sehr anspruchsvolle und umfangreiche Projekte zu realisieren und immer noch klein genug, zuzuhören sowie flexibel und umsichtig auf die individuellen Bedürfnisse unserer Auftraggeber einzugehen.

DemoSCOPE trägt als Full Service/Full Range-Anbieter von hochstehenden Marktforschungs-Dienstleistungen nachhaltig zum Erfolg seiner Auftraggeber bei.

www.demoscope.ch



studioschenker
täglich kreativ.

Studio Schenker AG bietet als Full-Service-Unternehmen im Bereich Marketing, Grafik, Werbetechnik und Fine Art Print die ganze Palette an. Von der Projektplanung (Grafik & Visualisierung), Produktion (Digitaldruck & CNC), Beschriftung und Montage wird alles fachmännisch umgesetzt.

Dank der langjährigen Erfahrung von über 35 Jahren bietet Studio Schenker eine fachmännische und kompetente Auskunft für visuelle Produkte und Auftritte. Dank der guten Infrastruktur sind kurze Wege möglich, welche ein effizientes und gezieltes Umsetzen ermöglichen.

www.studioschenker.ch

Demo SCOPE AG
Klusenstrasse 17
6043 Adligenswil

+41 41 375 40 00

demoscope@demoscope.ch
www.demoscope.ch

Studio Schenker AG
Täschmattstrasse 19
6015 Luzern

+41 41 269 00 90

info@studioschenker.ch
www.studioschenker.ch