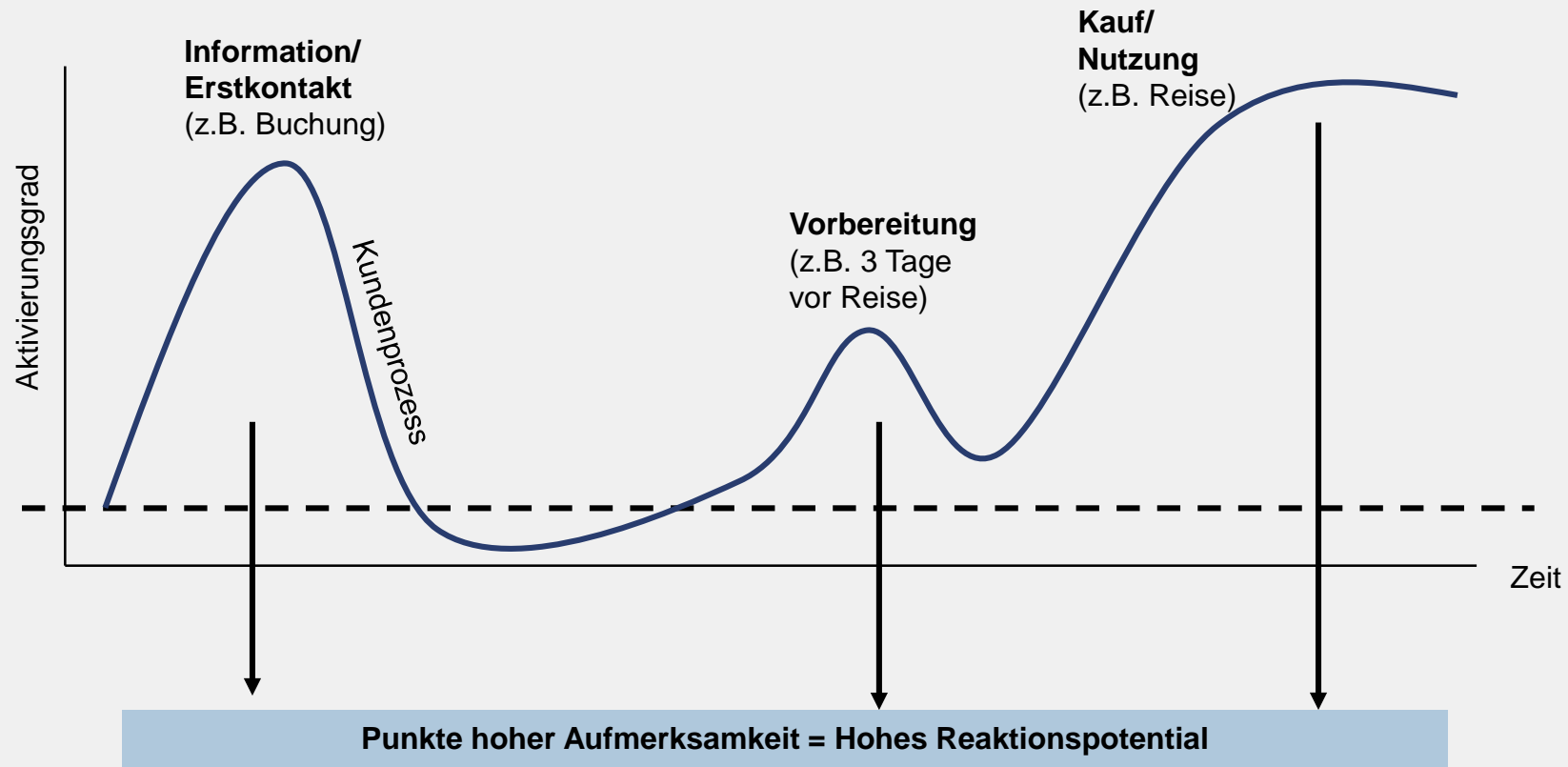


Service Monitor

Smart Feedback und Marketing-Tool



Grundidee: Kommunikation an den Punkten grösster Aufmerksamkeit



**Gesteuerter Einsatz des Service Monitor als
Feedback- und Marketinginstrument**



Vergleich der Kanäle für mobiles Feedback & Marketing

Kanal	Vorteil	Nachteil
E-Mail	<ul style="list-style-type: none"> Keine/ geringe Kosten 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe Beachtung / Information Overflow Geringe Öffnungsquoten E-Mail-Adresse nötig Nicht 100% mobil
SMS	<ul style="list-style-type: none"> Überall verfügbar Überall erreichbar Unmittelbar 	<ul style="list-style-type: none"> Max. 160 Zeichen Versandkosten Gering/ wenig interaktiv: Rückkanal wird nicht genutzt
WhatsApp/ Mobile Messengers	<ul style="list-style-type: none"> Mehr als 160 Zeichen kostenlos Keine Rückkosten für Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe Integration/ Standardisierung Keine Formulare für Feedback App erforderlich WhatsApp-Anmeldung beim Unternehmen nötig Business Messaging wird von WhatsApp nicht unterstützt/ behindert

SMS + (=SMS mit Internet-Link)	<ul style="list-style-type: none"> Überall verfügbar Überall erreichbar Unmittelbar Keine 160 Zeichen-Beschränkung Standardisierung möglich Feedback und Marketing! Compliance: Opt-In/ Opt Out 	<ul style="list-style-type: none"> (geringe) Versandkosten
WhatsApp +	<ul style="list-style-type: none"> Siehe SMS + Kostenlos Hohe Akzeptanz bei junger Zielgruppe 	<ul style="list-style-type: none"> App erforderlich WhatsApp-Anmeldung beim Unternehmen nötig

} 1to1mobile

Demo SMS+ (stc)

QR Code,
Weblink oder
Call In

Pre-Identifikation



SMS 1 (Feedback)

SMS 2 (Follow Up bei positivem Feedback)

Bitte geben Sie uns ein Feedback zu Ihrem Kontakt zur Servicecenter:



Was war der Grund Ihrer Kontaktaufnahme?



Wie lange haben Sie warten müssen, bis die Hotline geantwortet hat?



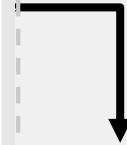
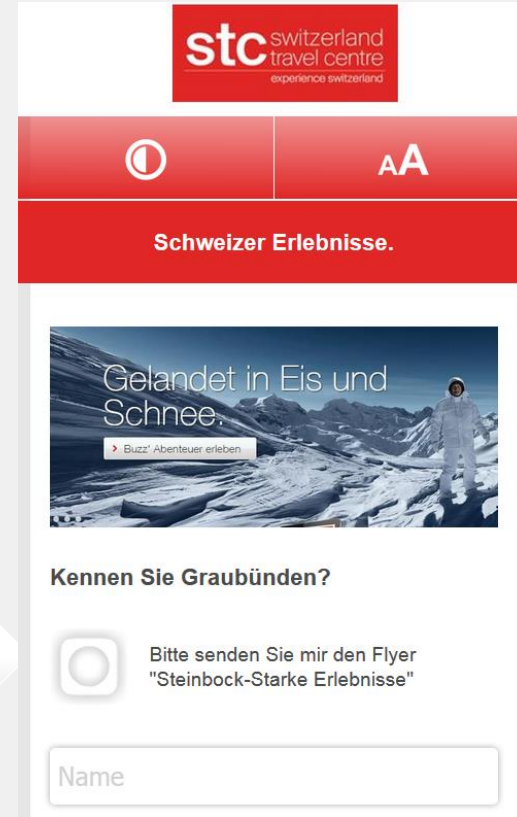
Wie zufrieden waren Sie mit unserem Service insgesamt ?



Kunde



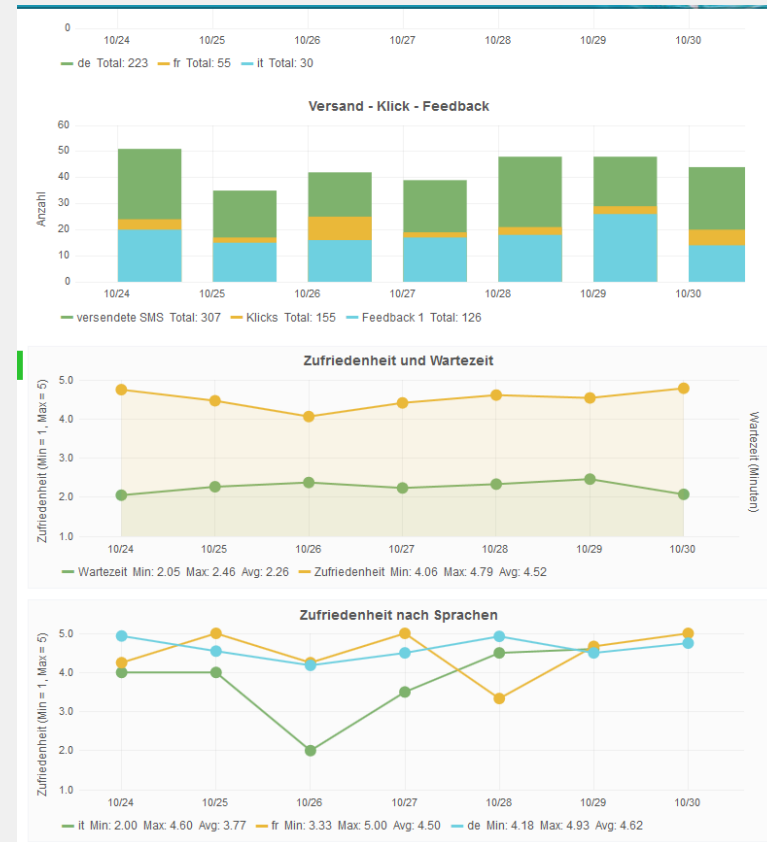
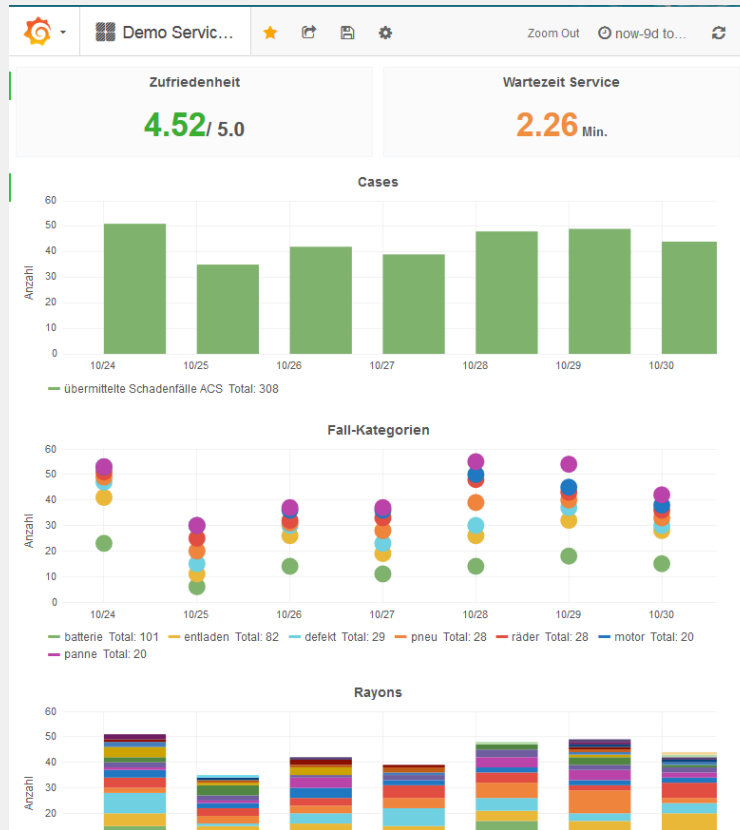
Negatives Feedback wird per E-Mail sofort ins Contact Center gemeldet



Anfragen werden per E-Mail sofort ins Contact Center gemeldet

Contact Center

1to1mobile Web-Dashboard: dashboard.1to1mobile.eu



Service Monitor: Kundenfeedback und Marketing in einem

Ziele betreffend Kundenfeedback

- **Interaktion:**
Dialog einleiten, wenn Kunde hohe Aufmerksamkeit hat
- **SMS+ (SMS mit Weblink):**
Unmittelbare, intelligente Kommunikation
- **Einflussfaktor-Monitoring:**
Wichtige Erkenntnisse der Treiber der Kundenzufriedenheit und der eigenen Leistung
- **Real-Time Feedback:**
Wichtige Ergänzung einer retrospektiven Marktforschung

Ziele im Marketing

- **Abwanderung verhindern:**
Sofortiges, differenziertes Nachfassen unzufriedener Kunden
- **Verkaufsförderung/ UpSelling:**
Sofort-Angebote an zufriedene Kunden
- **Kunden gewinnen:**
Zufriedene Kunden werben Kunden
- **Social Media Marketing:**
Positiver, glaubwürdiger Content für Soziale Medien
- **Kundendaten aktuell halten:**
Beste Möglichkeit zur Aktualisierung der Mitgliedsdaten
- u.v.m.

Kontakt

1to1 mobile

Geschäftsbereich memo st.gallen ag

Züricherstrasse 204f
9014 St.Gallen

Tel.: +41 71 223 20 88

Holger Haedrich

Beratung & Produktmanagement

Mobil.: +41 79 608 25 34

holger.haedrich@1to1mobile.eu

Andy Lehmann

Verkauf





Mobil.: +41 79 728 05 00

andy.lehmann@1to1mobile.eu

www.1to1mobile.com

Anhang: Systematik der Kundenbefragungen

Systematik quantitativer Kundenbefragungen

Kanal	POS/ Gastro & Hotel	Contact Center, Gastro & Hotel	E-Commerce, Web-Shop	Allgemein/ Mafo-Projekt	
Wer?	Kunden	Kunden	Kunden	Kunden	K' & Nicht-Kunden
Wie?	Instant Feedback stationär	Instant Feedback mobil	Online-Bewertungs-Communities	Kundenbefragungen	(repräsentative) Marktforschungs-Projekte
Ansprache	Station, QR-Code, URL	SMS, (E-Mail)	E-Mail	E-Mail	E-Mail, Panel-Portal
Impuls	Passiv (anonym)	Aktiv (Ansprache & Einladung)		Aktiv (Einladung/ offenes Projekt)	
Umfang	Reduziert/ Optimiert (3 Min.)		Mittel (7 Min.)	Umfangreich (15 Min.)	
Bezug	Transaktions-/ Ereignisbezogenes Feedback			Ohne Anlass: Projekt(e)	
Relevanz	Low Involvement	High Involvement	Medium Involvement	Low Involvement	
Erwarteter Response	Feedbackstationen, QR-Codes: 3%	SMS-Feedback (aktiv): 25-50%	Bewertungsportale: 5-15%	8-15%	Panelgestützt: i.d.R. CAP bei vereinbarter Anzahl
Frequenz	Laufend			1x/ periodisch	
Ziele	Monitoring	Monitoring, Social-Marketing & Sales	Monitoring & Social-Marketing	Kennziffern- & Einflussfaktorenanalyse (Markenstatus, K'zufriedenheit, Loyalität)	
Anbieter	Instant Feedback Anbieter z.B. 	 smart mobile communication (ServiceMonitor)	Online-Bewertungs-Communities z.B. 	 (CH-Panel vom LINK-Institut)	