



Qualiance-Servicepanels

Qualiance etabliert und betreibt für Kunden eigene Panels. Der Grundaufbau ist wie folgt:

- Qualiance rekrutiert die Kunden entweder aus dem Qualiance-Testerstamm oder aus dem Kundenstamm unseres Partners.
- Den Panelteilnehmern wird ein Nutzenangebot gemacht, dafür dass sie als Panelisten zur Verfügung stehen. Dies ist in der Regel eine kostenfreie oder vergünstigte Leistung des Partners.
- Zu den Panelteilnehmern wird eine beidseitige Kommunikation etabliert. Die Panelkunden können durch den Partner per E-Mail, telefonisch oder schriftlich angesprochen werden.

Qualiance betreut die Rekrutierung und Entschädigung der Panelisten. Die Rekrutierung kann über folgende Wege erfolgen:

- Eigene Tester kann Qualiance aus der Testerdatenbank (38.000 Tester) gezielt ansprechen. Entweder werden Personen selektiert, die bereits Kunde bei einem Anbieter sind. Oder es werden Tester gesucht, die gezielt Kunde bei dem Anbieter werden.
- Alternativ ist auch das Verfahren erfolgversprechend, Kunden des Anbieters zu rekrutieren. Dazu werden potenzielle Panelteilnehmer selektiert und per Brief vorinformiert. Dann erfolgt der Telefonkontakt durch Qualiance, um die Bereitschaft zu erfragen.

In der Regel empfiehlt es sich, mehr Kunden zu rekrutieren als man braucht, da ein Panel eine gewisse Schwundrate aufweist. Es muss schon im Vorfeld entschieden werden, ob auch ein physisches Zusammentreffen, z.B. für Gruppendiskussionen, erwünscht ist, da man dann die Panelisten aus räumlich zusammenhängenden Gebieten rekrutiert.

Sofern notwendig, bauen die Panelisten eine Kundenhistorie auf. Sie können dazu auch Transaktionen tätigen. Die Ware kann über Qualiance zum Anbieter zurückgeführt werden. Damit ist das Panel etabliert und steht für Projekte zur Verfügung. Bereits der Neukundenprozess kann ein Teilprojekt sein.

Die Nutzungsmöglichkeiten des Panels sind vielfältig. Es bieten sich an:

- Testkäufe, z.B. zum Test der Lieferprozesse im Versandhandel.
- Servicetests durch telefonische, schriftliche oder online Testaktionen. Z.B. führt Qualiance regelmäßige Mystery Call-Aktionen mit Ist-Kunden durch.
- Produkttests: Panelisten werden mit einem neuen Produkt ausgestattet, testen eine neue Dienstleistung oder einen Prozess. Über ihre Erfahrungen führen sie ein Protokoll oder werden befragt.
- Ereignisbezogene Befragungen: Panelisten führen eine Transaktion durch und werden anlassbezogen befragt.
- Gruppendiskussionen: Die Einschätzungen und Beurteilungen der Panelisten werden qualitativ in einer Gruppendiskussion ermittelt. Gruppendiskussionen können durch Zusammenkommen oder online durchgeführt werden. Dabei werden Dinge hinterfragt und diskutiert, so dass auch die Hintergründe von Kundenverhalten dem Anbieter transparent werden.



Qualiance übernimmt für alle diese Nutzungsformen die Koordination. Dazu gehören die Abwicklung, die Einladung und Betreuung der Teilnehmer, die Moderation, die Auswertung und die Ergebnisübermittlung. Verschiedene Abteilungen des beauftragenden Partners können quasi auf Zuruf die Erkenntnisse generieren.

Für den Partner sind die Panels nur sehr wenig ressourcenaufwändig. Abhängig vom Prozess sind selten Eingriffe in die Datenbank, z.B. das Anlegen oder Löschen von Daten erforderlich. Das Panel existiert autark, teilweise werden sogar Umsätze erzielt, die dem Partner sonst entgangen wären.

Dadurch, dass die Panelisten bekannt sind, können sehr schnell Ergebnisse bereitgestellt werden. Die Tester erhalten je nach eigenem Aufwand für die Teilnahme an den Aktionen eine Vergütung.

Die Vergütung von Qualiance basiert auf den Komponenten Rekrutierungskosten, monatliche Betreiberpauschale und aktionsabhängige variable Kosten. Weiterhin kommen für den Partner Erlösausfälle durch Gratisleistungen für die Panelisten zum Tragen. Bezogen auf ein Projekt sind die Kosten aber nur wenig höher, als wenn die Erkenntnisse ohne Panel beschafft werden müssten, bei insgesamt höherem Nutzen durch das Panel.

Beispiele für Qualiance-Servicepanels sind:

- Bestell- und Reklamationspanel für ein Versandhandelsunternehmen: Panelteilnehmer sind als Kunden mit Historie eingetragen, bestellen regelmäßig, senden einen Teil der Ware zurück und führen Interaktionen im Servicebereich durch
- Servicepanel für eine KFZ-Versicherung: Panelteilnehmer wurden aus dem Kundstamm der Versicherung rekrutiert. Sie erfragen regelmäßig Angebote, testen Serviceprozesse oder führen Abwicklungen im Schadensbereich durch
- Prozesspanel für ein Telekommunikationsunternehmen: neue Prozesse und Dienste können von Kunden-Testern bereits vor der Einführung unter Last gefahren und evaluiert werden

Weitere Möglichkeiten, für Ihr Haus Servicepanels zu etablieren, besprechen wir gerne in einem persönlichen Gespräch.