



Praxisbeispiel: **freenet TV**

Die verrückte Reise deines Kunden verstehen

freenet 



Martin Grupe

 **CONNECT**



Torsten Bischoffstrate

 **NEXT**



freenet TV

Freenet-TV

Vielen Dank für deine Teilnahme an der Community!



Direkter Dialog, um bei unseren Entscheidungen aktiv mitzuwirken.



Deine Meinung zu DVB-T2 und Freenet TV.



Gemeinsam diskutieren, was wir verbessern können und welche Ideen Du dazu hast.

Powered by SKOPOS CONNECT 

[Impressum](#) [Datenschutz](#) [Nutzungsbedingungen](#) [FAQ](#)

Umstieg auf DVB-T2 HD

Abschaltung

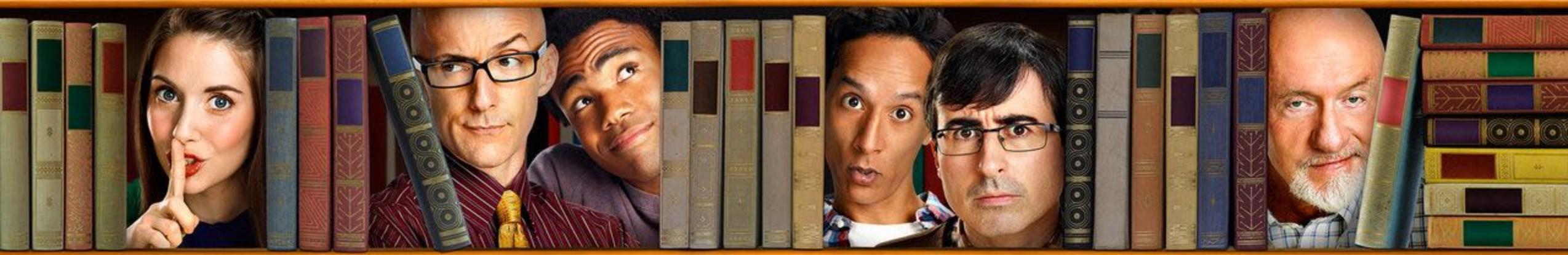
Komplexes Thema

Freiwillige vs. gezwungene Umsteller

Interaktion Kunde - Handel



# COMMUNITY



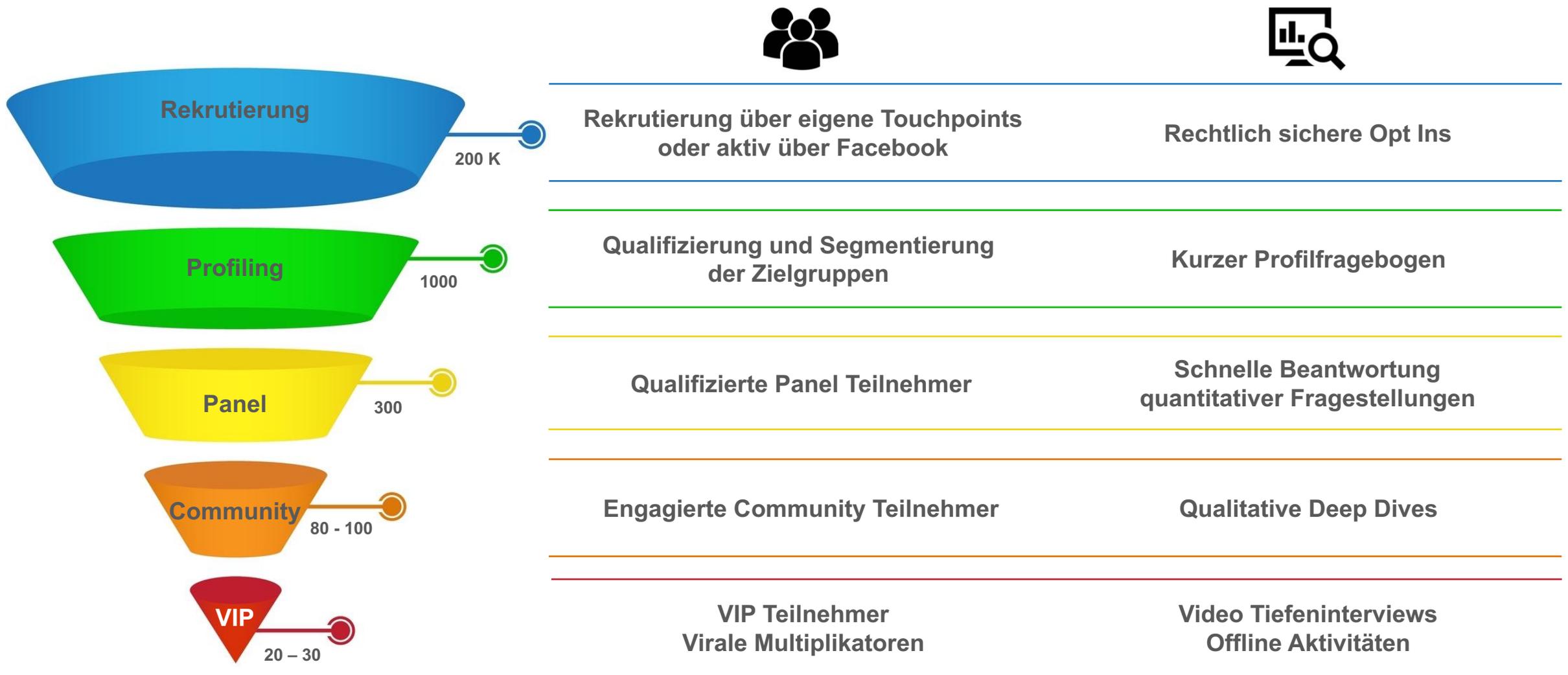
Community

Online Research  
Community

MROC

Insight  
Community

Panel Community



## Rekrutierung

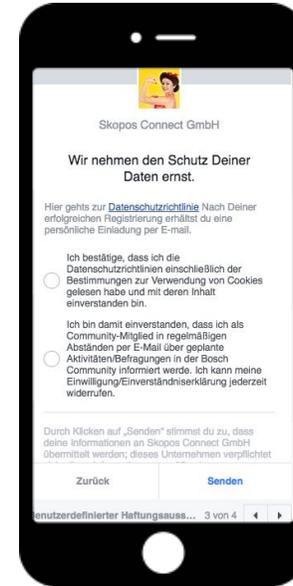
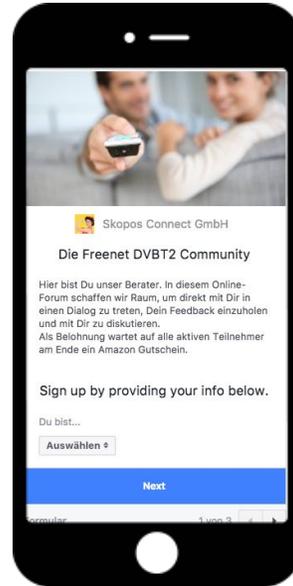
200 K

## Profiling

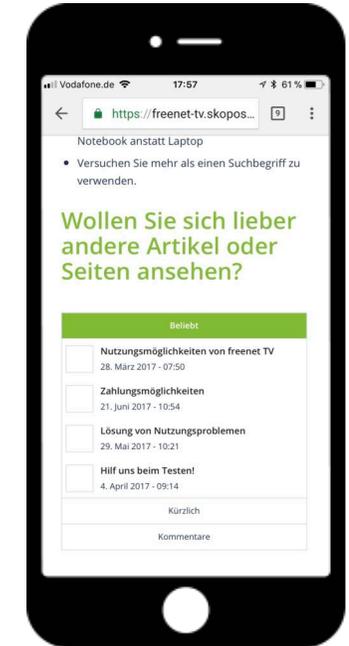
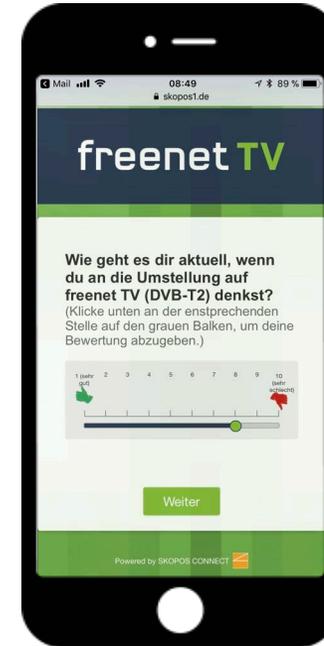
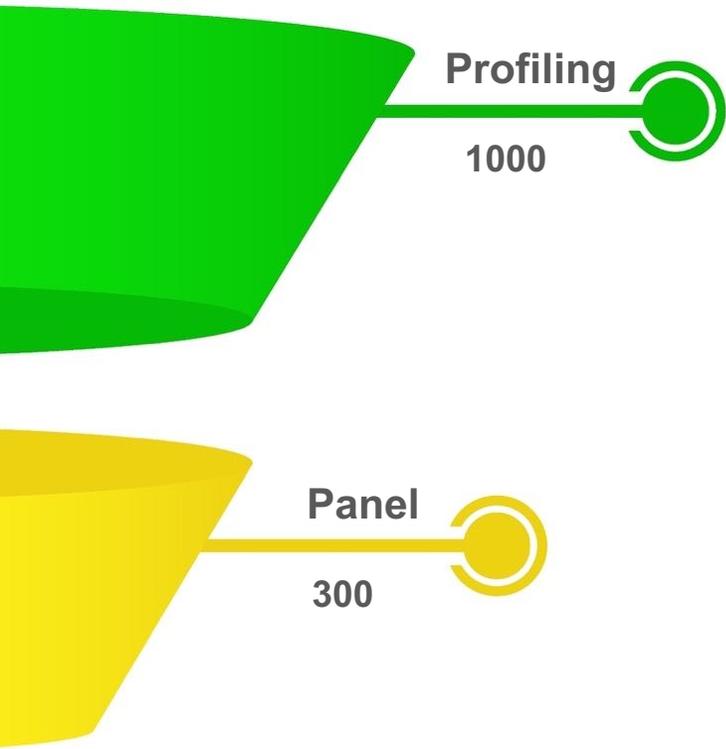
1000

Die Drei Hauptrekrutierungsquellen sind:

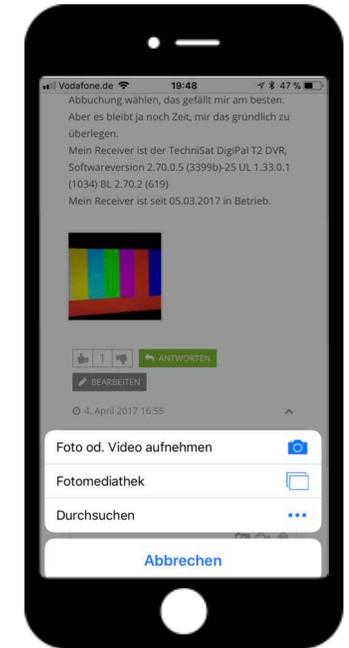
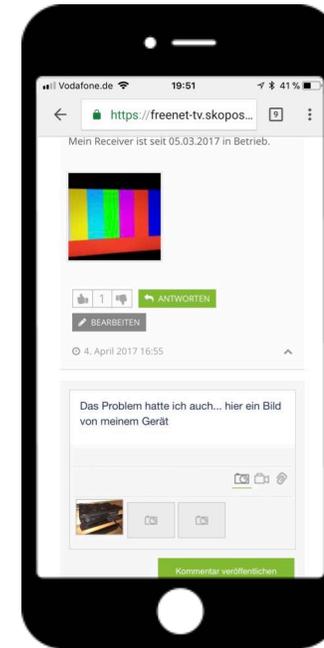
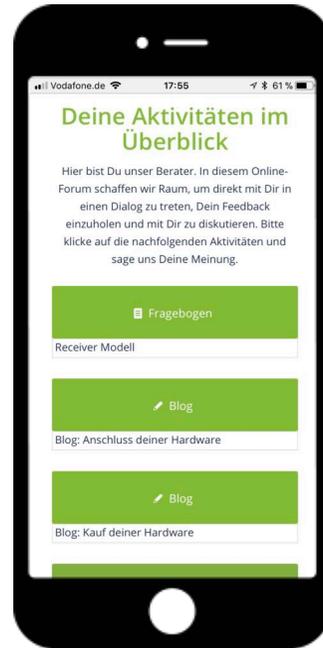
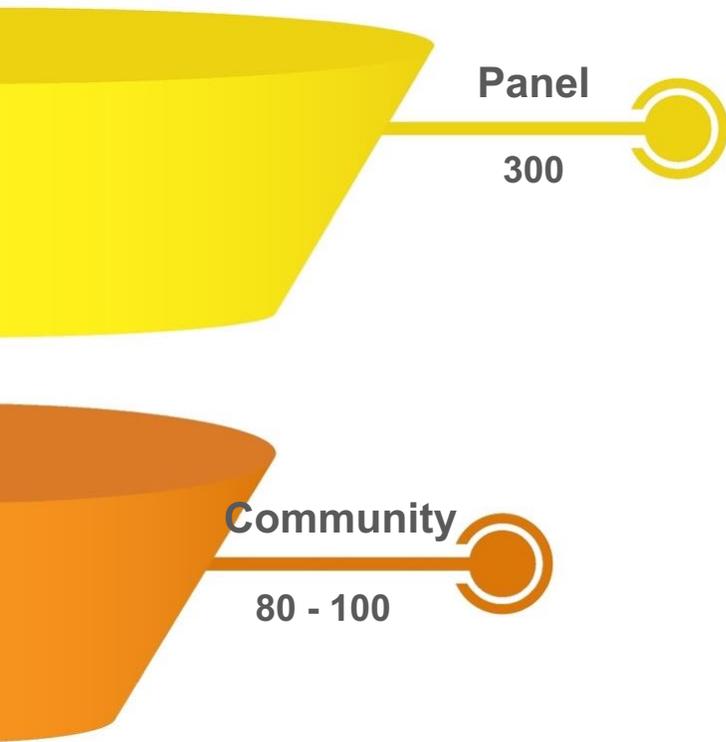
1. Kunden Touchpoints & E-Mail Listen
2. Aktive Facebook Rekrutierung
3. Über Panel Anbieter (nur Kurzzeit Communities)



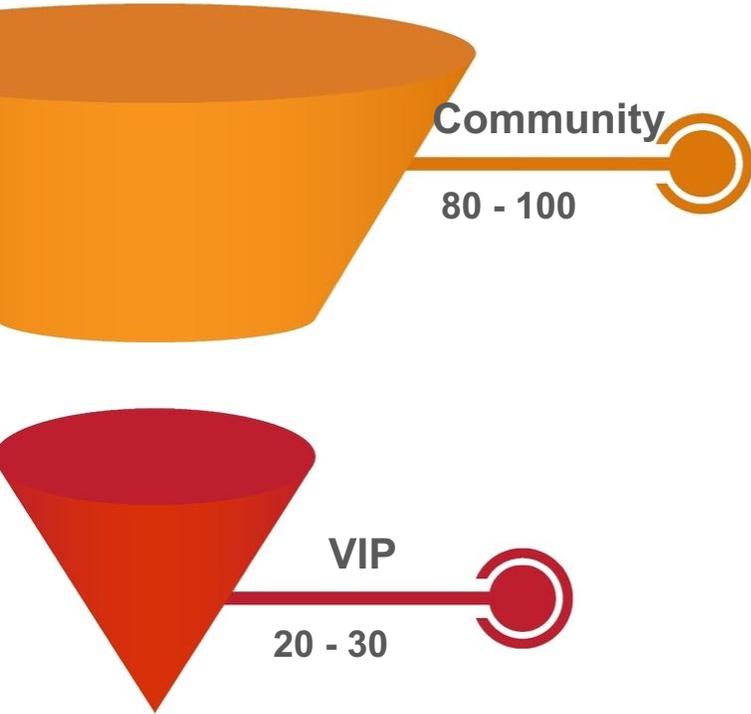
Kurzes Screening + Erhebung der wichtigsten Stammdaten.



Basierend auf den Profildaten können alle Teilnehmer individuell und persönlich zu unterschiedlichen Aktivitäten eingeladen werden. Alle Aktivitäten werden in einer lernenden Datenbank gespeichert. Die Rücklaufquoten im Panel bewegen sich erfahrungsgemäß zwischen 30% und 60%.



Wir aktivieren so viele Panel Teilnehmer wie möglich zur Teilnahme an Blogs, Foren, Quick Polls, Selfie Foto Aktionen, Tagebüchern, Video Fokus Gruppen und anderen qualitativen Aktivitäten. Hierzu sind in etwa ein Drittel der Panel Teilnehmer bereit. Ein attraktives Incentive ist auf dieser Ebene sehr empfehlenswert.



erika Communities Admin martin.grupe@skopos-connect

Project Activities Members Codebook Mailings Users Reporting

162 - MEDIA BROADCAST GmbH · freenet.tv - DVBT-2 - II

Project > Members > Top Members

List Members Community Health (beta) Demographics (beta) Top Members Import

12 Top Members in the last 14 days

Name	Age	Registered	Last Login	Content Indicator	Activity Level
sigridw	63 yo	28.02.2017	3 months ago	638%	100%
karinm	68 yo	28.02.2017	3 months ago	348%	100%
wojciechd	36 yo	05.04.2017	3 months ago	184%	100%
norbertl	50 yo	15.03.2017	4 months ago	184%	100%
ursulal	74 yo	28.02.2017	4 months ago	184%	81%
klausb	60 yo	15.05.2017	3 months ago	135%	91%
wilhelmg	65 yo	28.02.2017	3 months ago	-	-
sonjap	41 yo	28.02.2017	4 months ago	-	-
heidemari	65 yo	15.03.2017	3 months ago	-	-

Member Timeline Activities Profile Media Internal

**heidemari**  
Member 65 yo  
Full member Registered 15.03.2017 Last Login 3 months ago

106% Content Score (Average: 100%)

Activity Levels Last active: 3 months ago

Campaign none

Timeline: FEB 11, FEB 18, FEB 25, MARCH, MARCH 12, MARCH 19, MARCH 26, APRIL, APRIL 3, APRIL 10, APRIL 17, APRIL 24, MAY, MAY 2, MAY 9, MAY 16, MAY 23

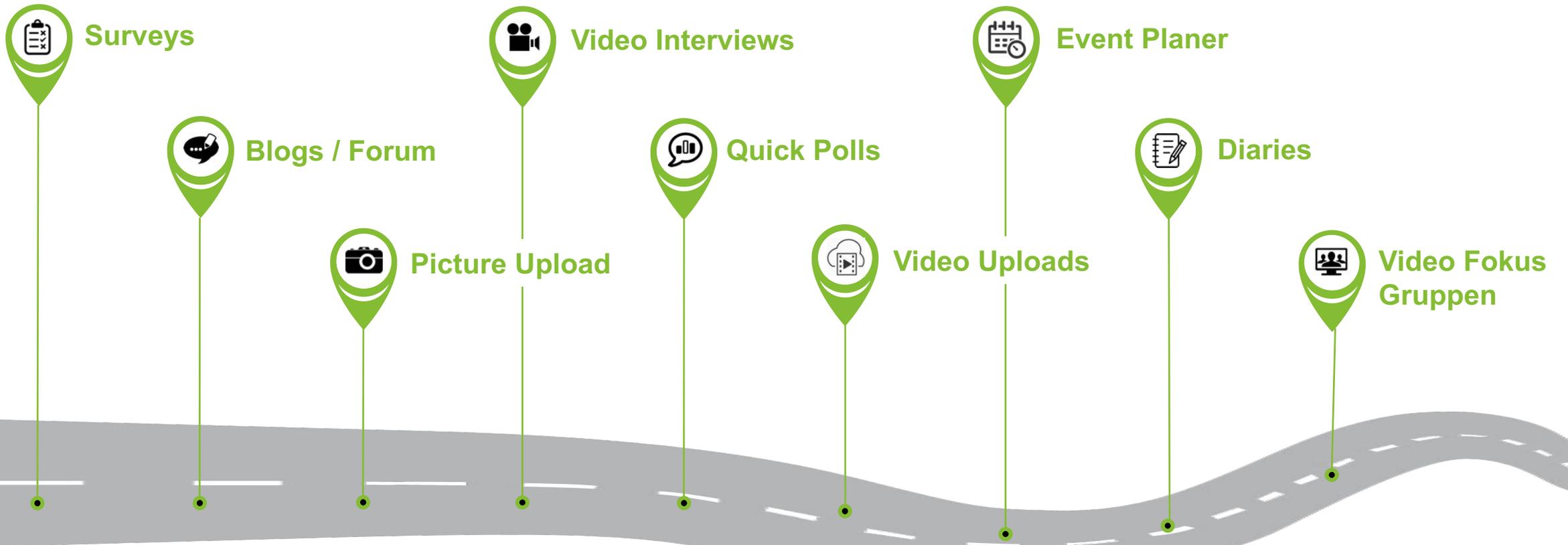
MARCH 7, 2017  
**FORUM : HILF UNS BEIM TESTEN!**

06.04.2017 12:46 Forum Entry

Habe gestern Abend den test Sender aufgerufen, es war irgendein Sender der dann mit Werbung versetzt war daraufhin habe ich den Sender gewechselt. Werbung war noch nie mein Ding .Den Receiver benutzte ich schon vor dem 29. Er ist von Philips, die Bedienung ist OK das Benutzerhandbuch ist mini also sehr gut für Ätere und Brillenträger. Bei mir bleibt es bei den öffentlich rechtlichen Sendern die schon schlecht genug sind für meine Gebühren. Die Wiederholungen kann man gar nicht mehr zählen. Doch das ist bei den Privaten auch nicht besser und dann noch Werbung - nein Danke.

Einige Teilnehmer sind besonders aktiv und nehmen an über 90% aller Aktivitäten teil. Von ihnen erhalten wir eine umfassende Geschichte zur eigentlichen Research Frage. Weiterhin lassen sich diese Teilnehmer besonders gut und einfach für aufwändigere Mystery Research Aufgaben am POS motivieren.

Relevante und abwechslungsreiche Research Aufgaben sorgen für ein spielerisches Kundenerlebnis und eine ehrliche Beziehung.





arika Communities Admin marlin.grupe@kopae-connect.de

Project Activities Members Codebook Mailings Users Reporting

## 162 - MEDIA BROADCAST GmbH · freenet.tv - DVBT-2 - II

Project > Members > Top Members

List Members Community Health (beta) Demographics (beta) Top Members Import

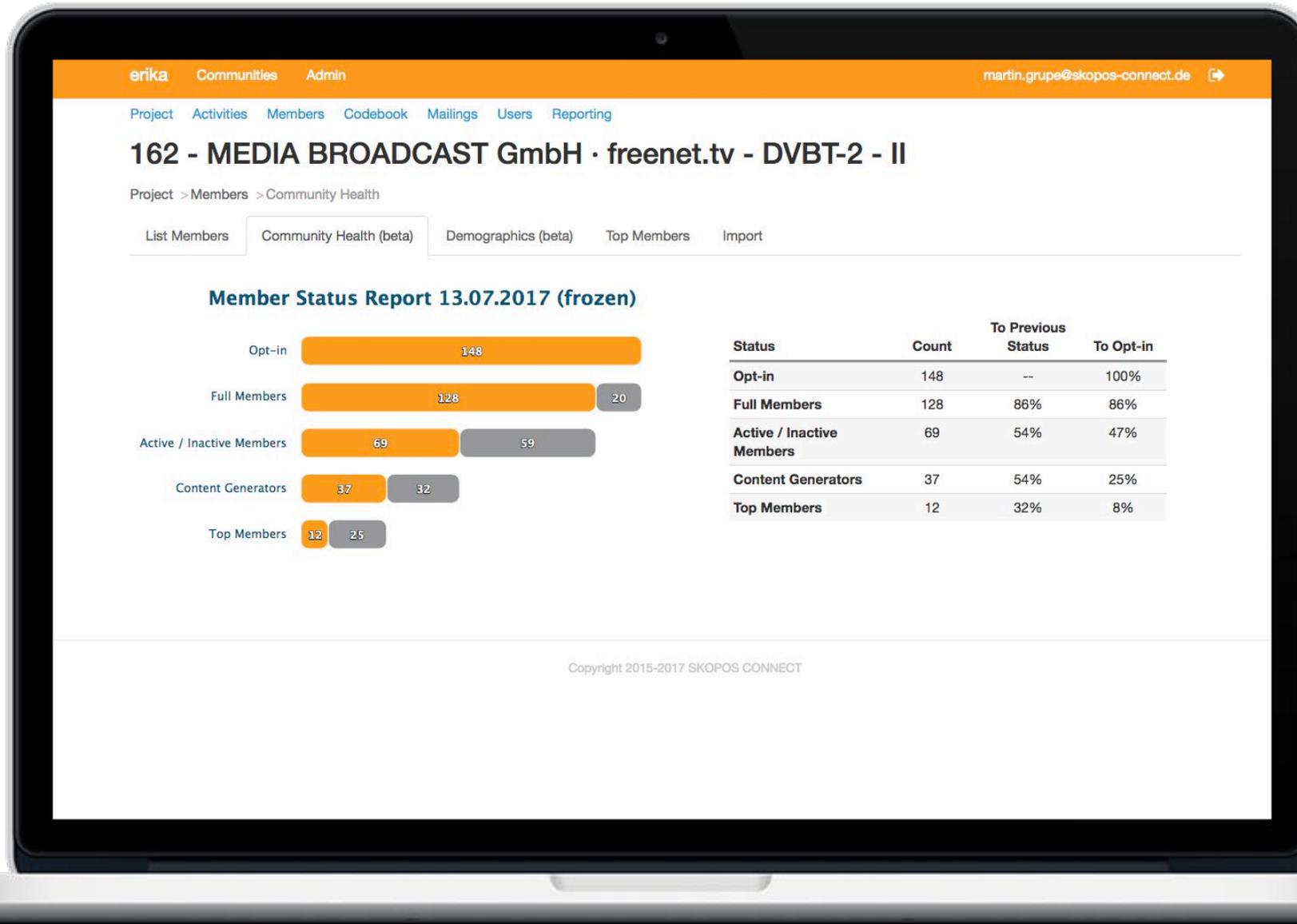
### 12 Top Members in the last 14 days

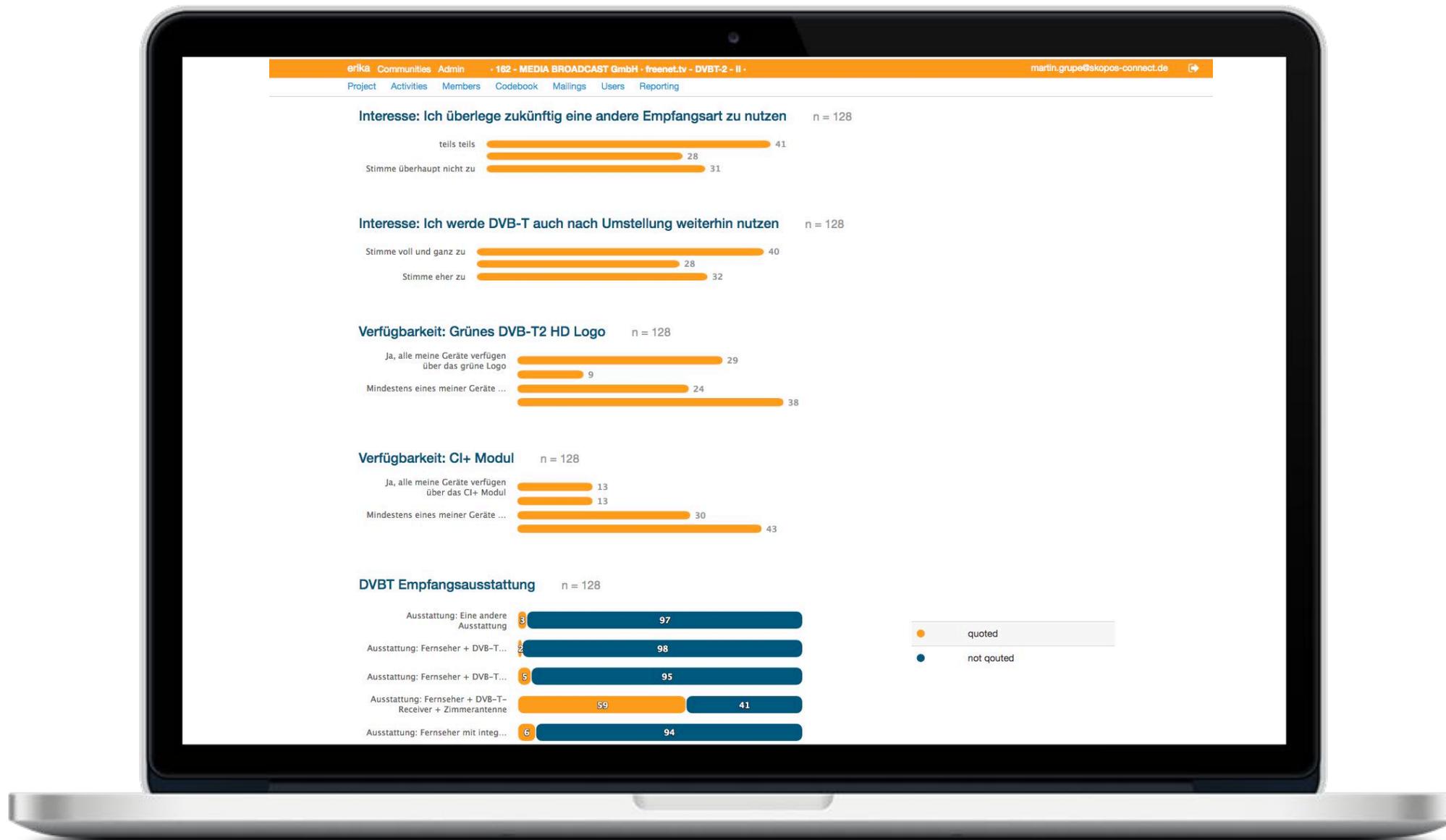
 <p><b>sigridw</b> 63 yo</p> <p>Member Full member</p> <p>Registered 28.02.2017 Last Login 3 months ago</p> <p>Campaign none</p> <p>Content Indicator <b>636%</b> Activity Level <b>100%</b></p>	 <p><b>karinm</b> 68 yo</p> <p>Member Full member</p> <p>Registered 28.02.2017 Last Login 3 months ago</p> <p>Campaign none</p> <p>Content Indicator <b>347%</b> Activity Level <b>100%</b></p>	 <p><b>wojciehd</b> 36 yo</p> <p>Member Full member</p> <p>Registered 05.04.2017 Last Login 3 months ago</p> <p>Campaign none</p> <p>Content Indicator <b>183%</b> Activity Level <b>100%</b></p>
 <p><b>norbertl</b> 50 yo</p> <p>Member Full member</p> <p>Registered 15.03.2017 Last Login 4 months ago</p> <p>Campaign none</p> <p>Content Indicator <b>183%</b> Activity Level <b>100%</b></p>	 <p><b>ursulal</b> 74 yo</p> <p>Member Full member</p> <p>Registered 29.02.2017 Last Login 3 months ago</p> <p>Campaign none</p> <p>Content Indicator <b>183%</b> Activity Level <b>81%</b></p>	 <p><b>klausb</b> 60 yo</p> <p>Member Full member</p> <p>Registered 15.03.2017 Last Login 3 months ago</p> <p>Campaign none</p> <p>Content Indicator <b>135%</b> Activity Level <b>91%</b></p>
 <p><b>wilhelmg</b> 65 yo</p>	 <p><b>sonjap</b> 41 yo</p>	 <p><b>heidemariel</b> 65 yo</p>

# Verknüpfung von Research & Mystery Aktivitäten in einer Plattform.

Zielsetzung: Die Customer Journey ganzheitlich erfassen und durchdringen.







The laptop screen displays four user personas arranged in a 2x2 grid. Each persona includes an avatar, a quote, a title, age, location, and a list of drivers or barriers.

- Top Left:** Sigrid W, 63 years old, Wiesbaden. Quote: "Der sehr gute Kundendienst die schnelle Bearbeitung der anfänglichen Probleme und der gute Supporterfahrung gefällen mir besonders gut." Drivers: Positive Supporterfahrung.
- Top Right:** Thomas S, 48 years old, Bad Vilbel. Quote: "Unser Hauptfernseher ist ans Kabelnetzwerk angeschlossen und wird fast nur für Fußballübertragungen genutzt in den drei Zimmern." Drivers: Gelegentliche Nutzung Fußball, Kabelempfang, Mehrere Geräte.
- Bottom Left:** Christoph L, 34 years old, München. Quote: "Das würde ich mindestens von den Privaten erwarten, um den Preis zu zahlen. Ich würde max. 2 € für die Privaten bezahlen." Driver: Preis.
- Bottom Right:** Karin M, 68 years old, Neuss. Quote: "Ich bin sehr enttäuscht. Mir dem alten DVB-T hat alles besser einschließlich der Bildqualität." Drivers: Aufnahmemöglichkeit wegen Schwerhörigkeit, Negative Supporterfahrung.

### SigridW – Die Zufriedene

  
• 63 Jahre  
• 65193 Wiesbaden

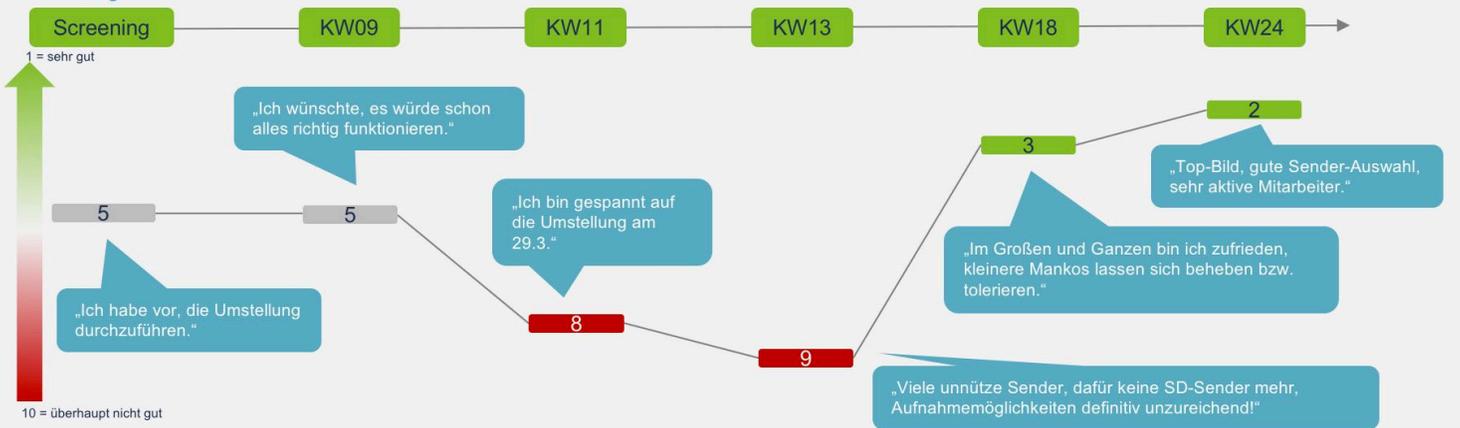
*Der sehr gute Kundendienst  
die schnelle Bearbeitung der  
anfänglichen Probleme und der  
gute Senderempfang galten mir  
besonders gut.*



**DVB-T Nutzung**

- nutzt neben DVB-T auch Kabel
- nutzt DVB-T seit Jahren
- nutzt DVB-T2 seit KW11

#### Stimmungsbild



# Mafo und Mystery zusammen

## Nutzergeschichten zu

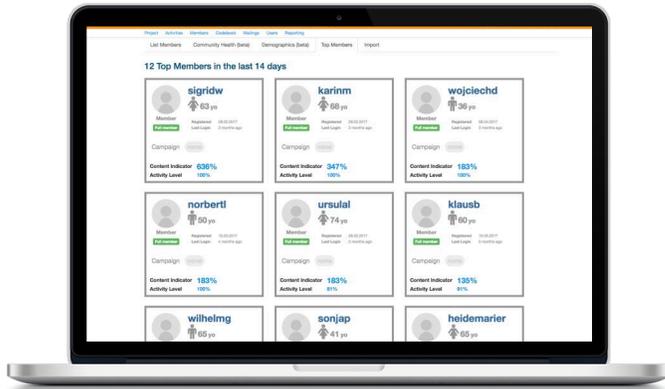
Informationsquellen  
gekaufter Hardware  
Verkaufskanäle  
technischer Anschlussprozess  
Nutzung  
Customer Journey



## POS check

Realität am POS  
Produkt  
Beratungsqualität  
Schulung  
Werbematerialien

„Ich habe gehört, dass DVB-T abgeschaltet wird. Was bedeutet das jetzt für mich?“



Kontaktphase

Fachkompetenz

Bedarfsanalyse

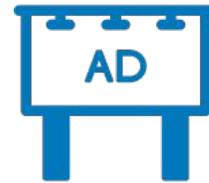
Beratungs-  
qualität

Werbemittel  
am POS

Argumentation

Empfehlungs-  
verhalten

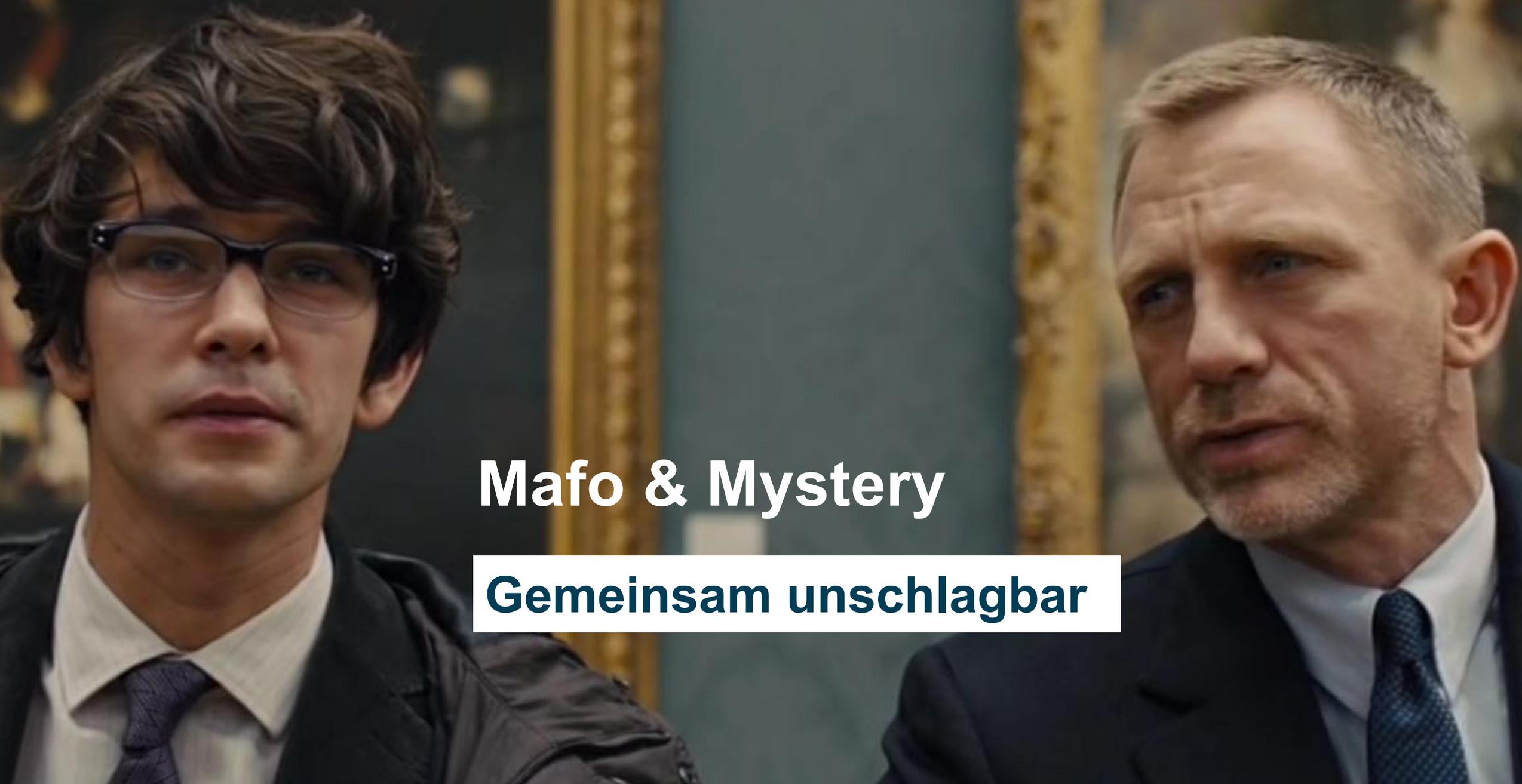
Abschluss-  
verhalten





# Mafo & Mystery

**Durch die Verbindung mehrere Methoden wird die Customer Journey aus mehreren Perspektiven beleuchtet und die Ableitung konkreter Maßnahmen erleichtert.**



# Mafo & Mystery

**Gemeinsam unschlagbar**



Join the wonderful world of market research... am Stand 152

# SKOPOS

group



## SKOPOS

- UX Research
- Produktforschung
- Kommunikationsforschung
- Markenforschung
- Zielgruppenforschung

## NOVA

- Usability Tests
- UX Research
- UX Concepting
- Service Design
- Service Research

## CONNECT

- Insight Communities
- Kundenpanels
- Short Term Community
- Co Creation Community
- Customer Experience Research

## NEXT

- Mystery Shopping & Visit
- Mystery Calling & Mailing
- Social Media Test
- Silent Monitoring
- Store Check & Audit Promotion Checks
- Transaktionspreisstudie
- Jugendschutztests

## VIEW

- Mitarbeiterbefragung
- Interne Kundenzufriedenheit
- Stimmungsbarometer
- 360° - Feedback
- Follow Up