



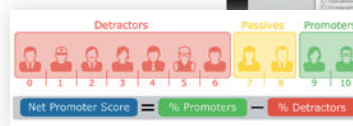
Unsere Marktforschungs-Cases

Employee Net Promoter Score

Kunde	Simon-Kucher & Partners
Ziel	Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit, Erkennen von Verbesserungspotenzialen, Ableitung von positiven Entwicklungen für die Recruiting-Kommunikation
Task	Programmierung eines iterativen Fragebogens, Einbettung des Employee Net Promoter Scores® (ENPS®), Versendung eines Einladungs- und Reminder-Mailings
Impact	Anstieg des Employee Net Promoter Scores®, Erhöhung der Anzahl an Befürwortern (Promotern), Nationale und internationale Maßnahmenableitung anhand der Befragung

promio.research ist der ideale Partner für Mitarbeiterbefragungen! Auch Simon-Kucher & Partner führt eine alljährliche Mitarbeiterbefragung durch. Hierbei werden alle Mitarbeiter aufgefordert, die Bewertung anhand des Employee Net Promoter Scores® durchzuführen. Die iterative Befragung ermöglicht zudem die Bewertung verschiedener Partner – die von dem jeweiligen Mitarbeiter gezielt ausgewählt werden – durchzuführen. Inhaltlich wurde der Kommunikationsstil und die Führungsqualität bewertet.

Durch die fortlaufende Bewertung konnten wichtige Verbesserungspotenziale aufgezeigt und Maßnahmen abgeleitet werden. Dies hatte zur Folge, dass der Employee Net Promoter Score® angestiegen ist und eine Erhöhung der Promoter (Befürworter) erzielt wurde.

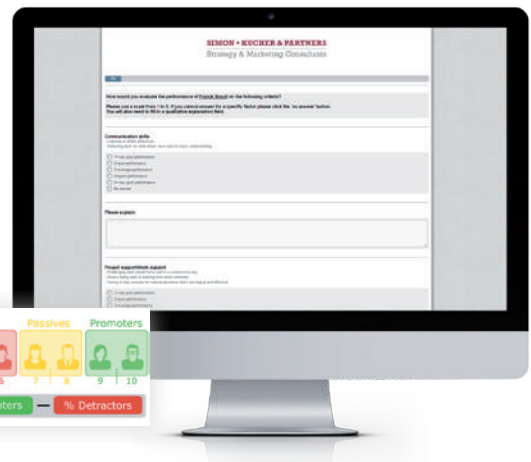


SIMON ♦ KUCHER & PARTNERS

Strategy & Marketing Consultants

„Wir schätzen promio.net sehr als Full-Service Anbieter für unsere alljährliche Mitarbeiterbefragung.“

Stephan A. Butscher, Chief Talent Officer,
Simon-Kucher & Partners



Erfassung der Kundenzufriedenheit

Kunde	Volksbank Oberberg eG
Ziel	Optimierung der Beratungsleistung und Aufbau einer langfristigen Kundenbeziehung.
Task	Online-Befragung im Nachgang eines Beratungsgesprächs und Möglichkeit zur Vereinbarung eines Folgetermins
Impact	61% der Empfänger haben an der Befragung teilgenommen. Außerdem konnten 20% mehr Beratungstermine generiert werden. Für die stetige Optimierung der Kundenzufriedenheit konnten konkrete Maßnahmen zur Gesprächsführung und Kundenbeziehung abgeleitet werden.

Bei der Volksbank Oberberg eG stand die kontinuierliche Erfassung der Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt. Ziel war es, die Beratungsgespräche zu verbessern und weitere Gespräche zu generieren. Nach einem Kundentermin erfolgte eine Einladung zur Online-Befragung. Die Versendung erfolgte über die E-Marketing-Software promio.mail. Der Kunde wurde aufgefordert, ein Feedback zum Beratungsgespräch zu geben.

Ein monatliches Reporting der Ergebnisse sowie die Empfehlung konkreter Maßnahmen ermöglicht die fortlaufende Verbesserung der Beratungsqualität. Und das schon seit über 8 Jahren! Neben der Steigerung der Beratungstermine um 20%, haben 90% der Kunden eine sehr hohe Zufriedenheit angegeben und 95% der Kunden würden die Volksbank weiterempfehlen.



„Die Kombinationsmöglichkeit von promio.research mit der innovativen promio.mail-Technologie hat uns überzeugt und den gewünschten Erfolg gebracht.“

Martina Koch, Leiterin Marketing & Vertriebskommunikation, Volksbank Oberberg eG





Unsere Marktforschungs-Cases

Werbespot-Analyse via Online-Befragung

Kunde	shapefruit AG
Ziel	Analyse des Werbespots des Freizeitparks Efteling auf die Werbewirkung und -erinnerung
Task	Programmierung des Fragebogens, Adress- und Zielgruppenselektion, Versendung der Online-Befragung an die Panelteilnehmer von promio.net (custlab & plixad)
Impact	Übererreichung der gesetzten Ziele, Lieferung von hochqualifizierten und aussagekräftigen Daten, Klickrate lag bei 9,5% und die Teilnahmequote bei 5,1%



„In promio.net haben wir den perfekten Partner für unsere Omnichannelstrategien gefunden. Dynamische Märkte erfordern schnelle und flexible Umsetzungen sowie belastbare Analysen.“

Frank Otto, Berater, shapefruit AG

Mit promio.research können auch Sie Ihre Markenbotschaft und Werbemittel überprüfen! Der Freizeitpark Efteling hat zusammen mit der Lead-Agentur shapefruit den aktuellen Werbespot testen lassen. Hierfür wurde eine spezielle Online-Befragung inklusive Einbettung von verschiedenen Werbespots programmiert. Ziel war es, den Werbespot auf die Werbewirkung und -erinnerung, zu analysieren.

Die Zielgruppenselektion erfolgte über die promio.net-Panels (custlab & plixad). Durch die 4.000 Selektionsmöglichkeiten innerhalb der Panels konnte die Zielgruppe trennscharf nach Vorgabe selektiert werden. Hierdurch konnten 4.500 Panelisten zur Teilnahme eingeladen werden.

Die Versendung der Online-Befragung erfolgte über die E-Marketing-Software promio.mail. Zielsetzung war, dass in der Feldzeit mindestens 100 abgeschlossene Befragungen generiert werden. Nach nur zwei Feldtagen lag die Teilnehmerzahl bei 230, also mehr als doppelt so viele Teilnehmer.

Der Freizeitpark Efteling konnte durch gezielte Marken- und Werbeforschung wichtige und positive Erkenntnisse über den Werbespot erlangen. Fast 50% der Teilnehmer fanden den Efteling-Werbespot am Besten und 67% gaben an, dass sie den Freizeitpark Efteling besuchen würden.



Alle Befragungen sind für mobile Endgeräte optimiert!

Online-Märkte erforschen

Mit promio.research haben Sie einen starken Partner für Online-Marktforschung. Wir erkunden Ihre Märkte und Zielgruppen, testen Ihre Mailings und Newsletter und stellen Ihnen die Ergebnisse bereit.

Egal welche Zielsetzung Sie haben, wir decken eine Vielzahl an Themenschwerpunkten der Online-Marktforschung ab: Marken- und Zielgruppenforschung, Mitarbeiterbefragung und Kundenzufriedenheit.

Noch Fragen?

Dann sprechen Sie uns an:

promio.net GmbH

fon: +49 (0)228 28077 - 00

business@promio.net

www.promio.net