

Customer Insight Company

Methodik & Projektvorgehen

27.06.2014



CIC Projekt soll die Geschäftsidee INHOME empirisch überprüfen und erste Erkenntnisse erlangen

Geschäftsidee Inhome

- Nutzung von customer insights für Energienähe und -ferne Produkt-/Serviceangebote
- Nutzung umfangreicher Kunden-Daten und Daten-Analysen um vorhandene und latente Kundenbedürfnisse zu befriedigen
- Kontinuierlicher, differenzierter trial & error – Ansatz im Up- und Cross-Selling

INHOME

Chance

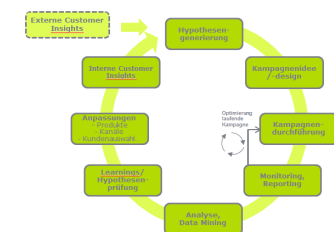
- Große Datenmengen werden die Art und Weise von Geschäften verändern
- Durch personalisierte, auf customer insights beruhende Angebote können Bedürfnisse der Kunden in den Fokus gerückt und den „share of wallet“ erhöht werden



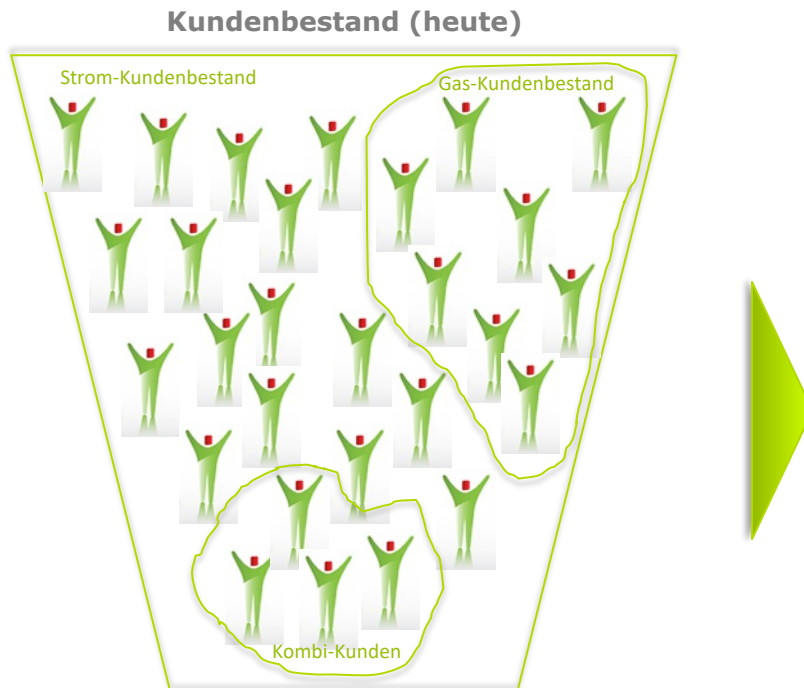
Projekt

- Kleines, schnelles Projektteam mit operativem Fokus
- Einbindung einzelner Gesellschaften erfolgt informatorisch bzw. bei Bedarf
- Trial & error-Ansatz wird durch schnelle Piloten/Prototypen umgesetzt

Customer Insights-Nutzung [schematisch]

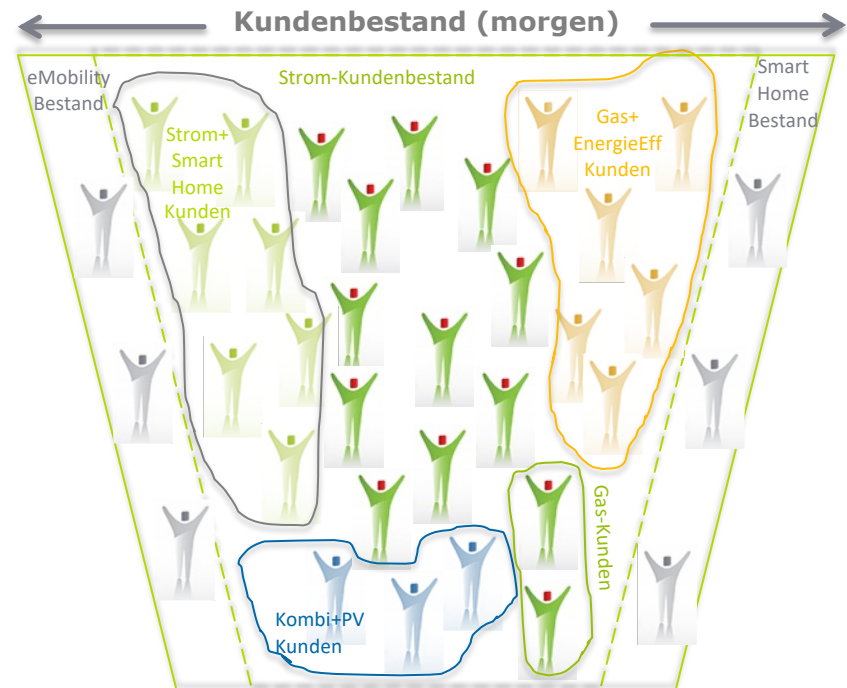


Kundenbestand bietet großes Potenzial für den Verkauf von Non-Commodity Produkten



Fokus auf

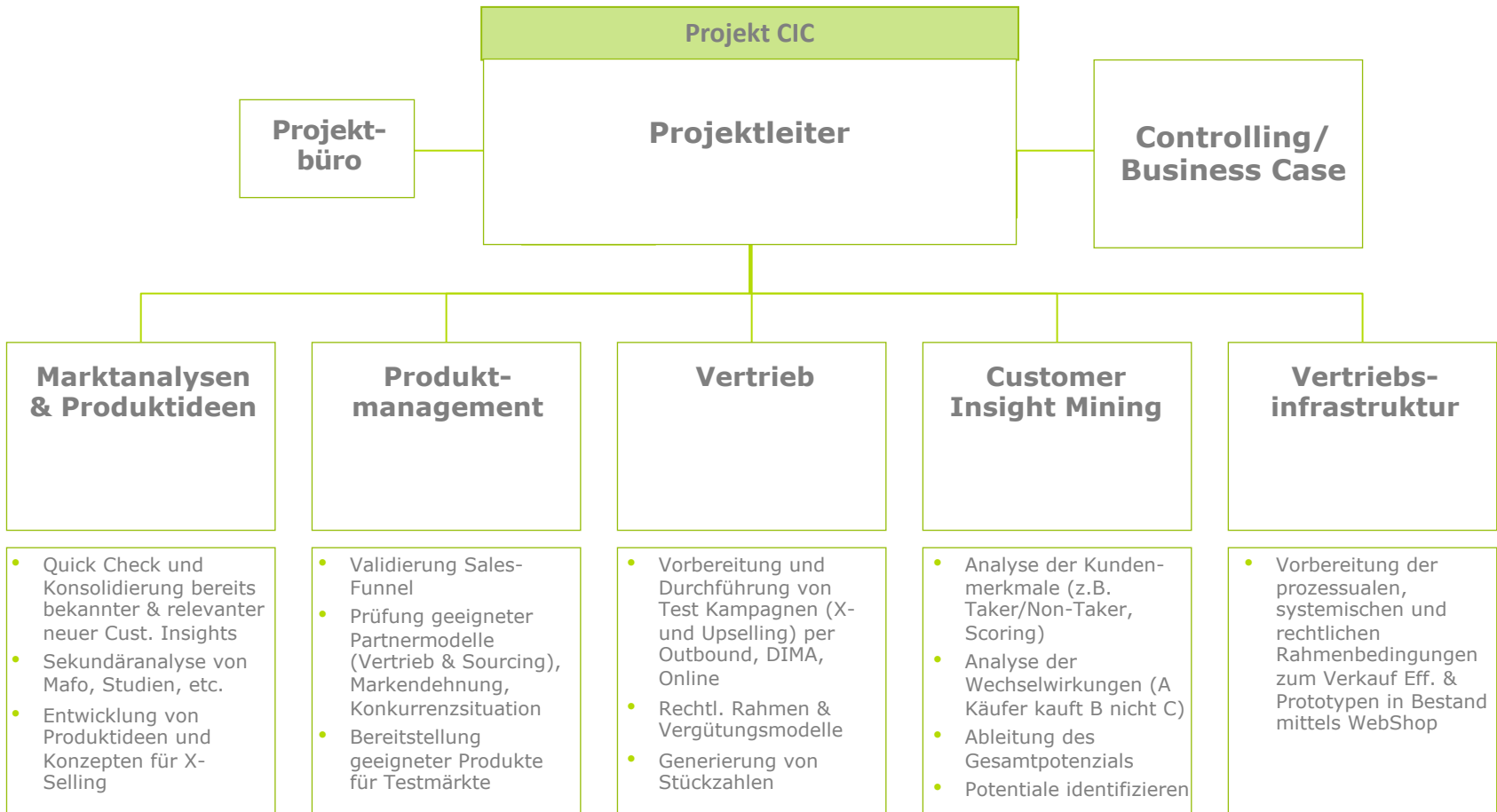
- Commodity-Massenvermarktung
- Up- und Cross-Selling mit Commodity-Fokus



Fokus auf

- Commodity+Non-Commodity Vermarktung
- Ansprache „neuer“ Kundengruppen mit Non-Commodity Produkten mit anschließender Up- und Cross-Selling-Möglichkeit, z.B. Commodity
- Up- und Cross-Selling mit Non-Commodity und Commodity-Produkten
- Erhöhung Share-of-Wallet

Team und Aufgaben innerhalb der CIC Projektorganisation sind größtenteils definiert

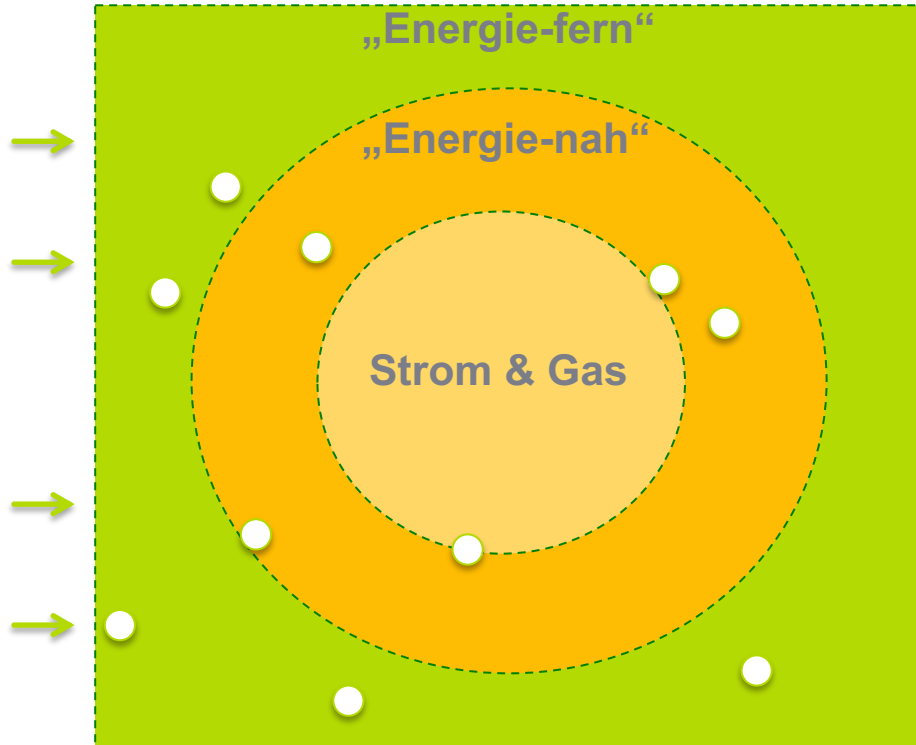


Customer Insights zur Generierung von Energie-nahe und ferne Produktideen

Quick Check: Marktanalysen



Quick Check: Kundenbefragungen



Social Media & Buzzword Mining

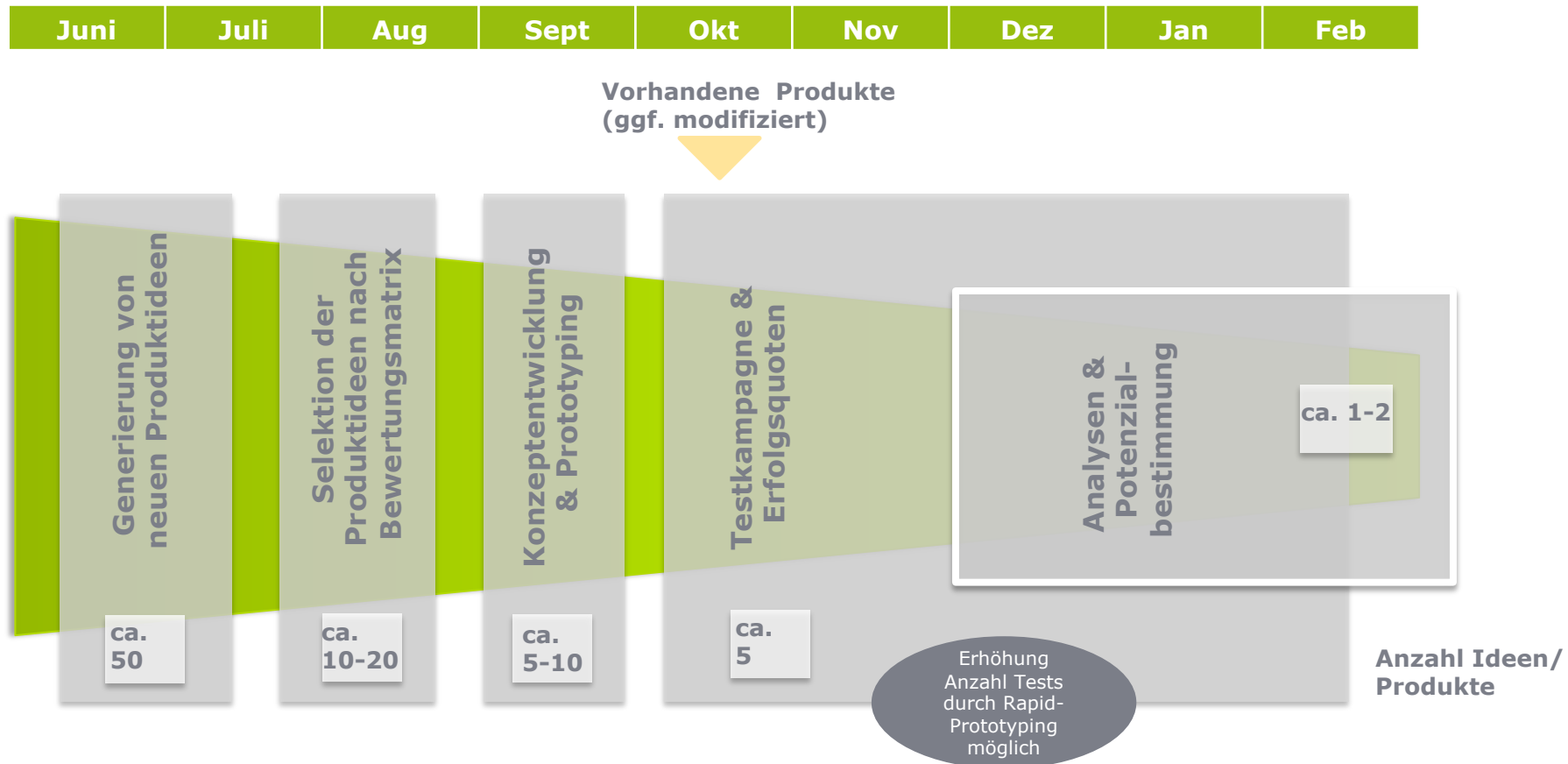


Fokusgruppen & „Kunden-Workshops“



Entwicklungsprozess wird durch Modifikation vorhandener Produkte ergänzt

Vorgehen im Projektumfeld [schematisch]



Produktkonzepte werden nach ökonom./nicht-ökonomischen Kriterien bewertet

	Fassung 2.0	Steckdose 2.0	PV-Folie	Pedelec	Solar-Akku	eBike Diebstahl-sicherung	Do-It-Yourself Thermografie
<u>Marktgröße (Produktpreis)</u>	gut / sehr gut	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht	schlecht / sehr schlecht	gut / sehr gut	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht
<u>Wirtschaftlichkeit</u>	durchschnittlich	durchschnittlich	gut / sehr gut	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht
Produktkomplexität	gut / sehr gut	gut / sehr gut	durchschnittlich	durchschnittlich	schlecht / sehr schlecht	durchschnittlich	gut / sehr gut
<u>Machbarkeit</u>	gut / sehr gut	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht	gut / sehr gut	durchschnittlich	gut / sehr gut	durchschnittlich
Umsetzungs-geschwindigkeit	durchschnittlich	schlecht / sehr schlecht	schlecht / sehr schlecht	schlecht / sehr schlecht	schlecht / sehr schlecht	schlecht / sehr schlecht	durchschnittlich
Marken-Fit	gut / sehr gut	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht	gut / sehr gut	gut / sehr gut	gut / sehr gut	gut / sehr gut
<u>Öko-Bezug</u>	durchschnittlich	gut / sehr gut	schlecht / sehr schlecht	schlecht / sehr schlecht	gut / sehr gut	gut / sehr gut	gut / sehr gut

exemplarisch

 gut / sehr gut
  durchschnittlich
  schlecht / sehr schlecht

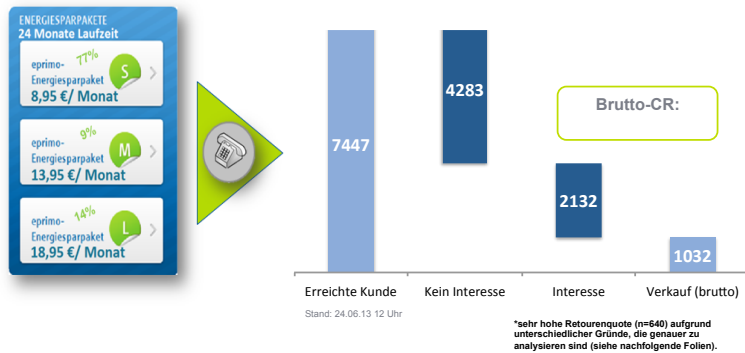
Zeitversetzte Produktkonzeption & Prototypentwicklung im Projekt



Prototypen und Produktkonzepte werden im Kundenbestand getestet

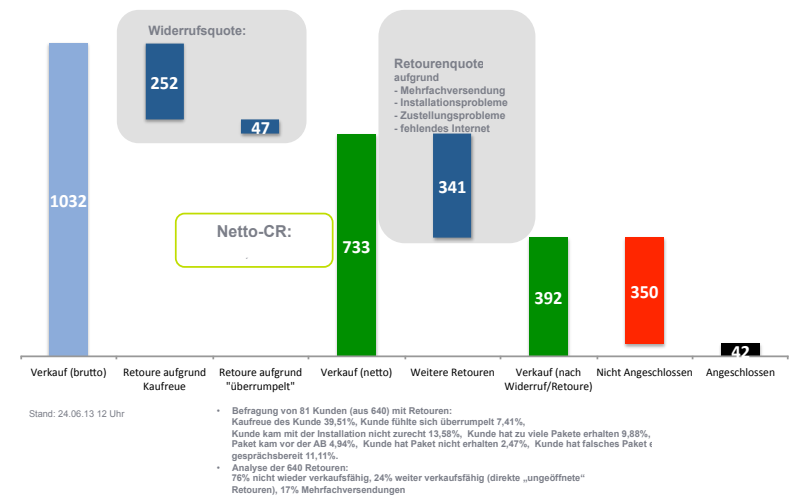
Vertriebspartner Extern

Die Ergebnisse sind vielversprechend - die telefonische Vermarktung von RWE SmartHome ergab eine gute Brutto-Erfolgsquote



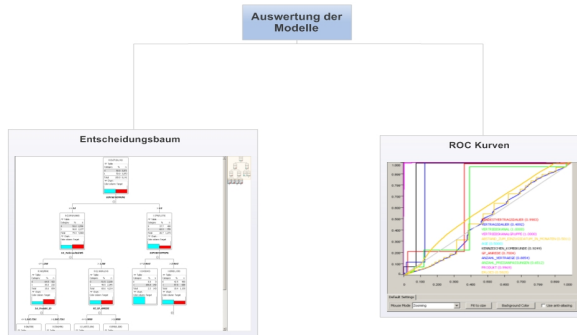
Vertriebspartner Extern

Erste Analyse der Retouren ergibt eine kunden getriebene Widerrufsquote von 29%, weitere 33% von Retouren aufgrund von noch zu analysierender Versendungs-, Zustellungs-, Installations-Problemen



Kundenprofile und Ergebnisse werden analysiert & münden in Folgemaßnahmen

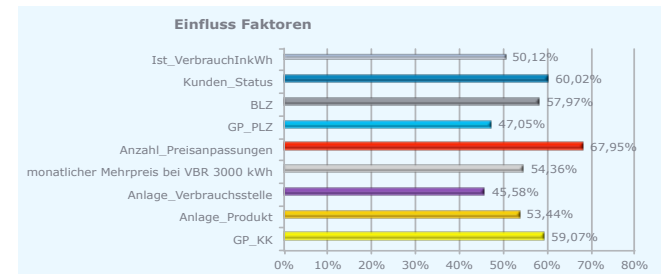
Auswertung der Modelle



Mittels dieser beiden Graphiken [hier: schematisch] kann man herausfinden, welche Faktoren das Modell beeinflussen.

2

Einfluss Faktoren die Non-Commodity Verkauf begünstigen



Diese Faktoren hätten eine Kündigungsrate von ca. 2,14 % zur Folge.

Model I

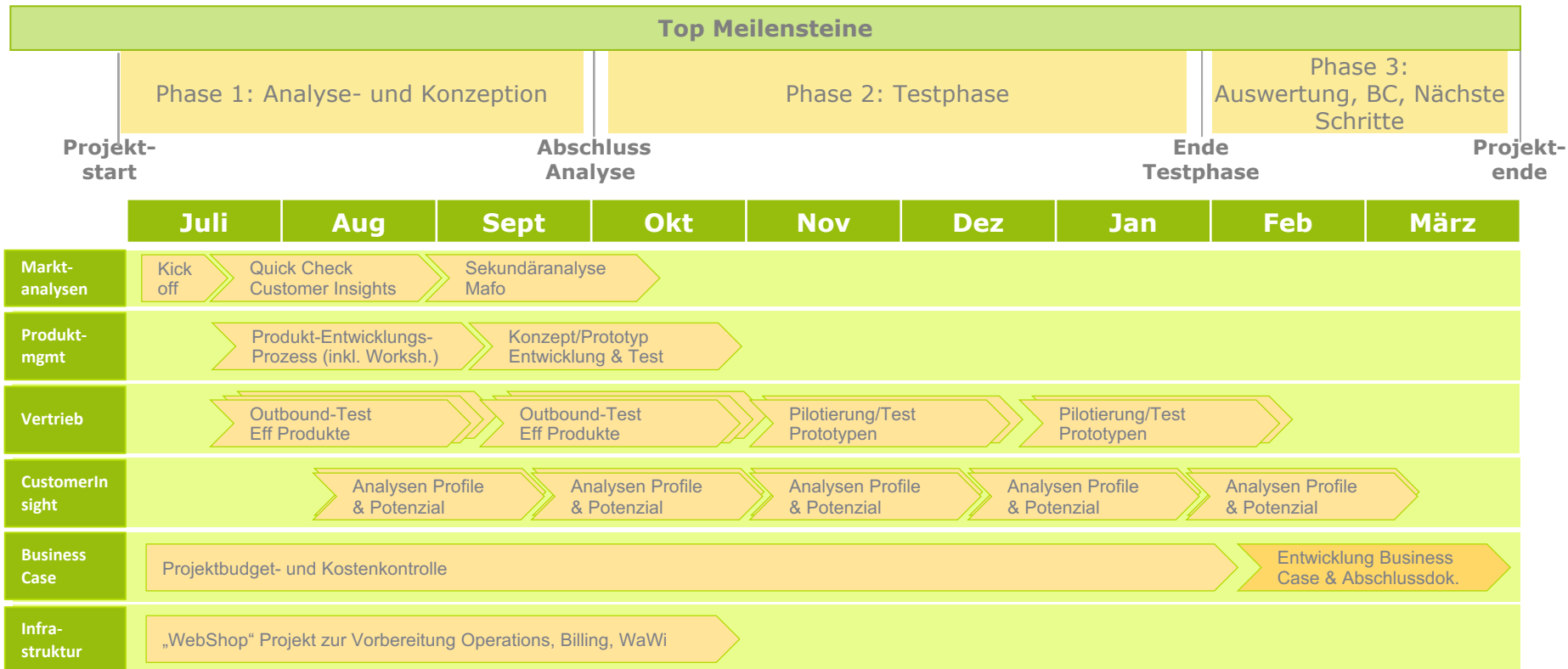
Merkmals Attribut

Merkmals Attribut	Einfluss
GP_KK	59,07%
Anlage_Produkt	53,44%
Anlage_Verbrauchsstelle	45,58%
monatlicher Mehrpreis bei VBR 3000 kWh	54,36%
Anzahl_Preisanpassungen	67,95%
GP_PLZ	47,05%
BLZ	57,97%
Kunden_Status	60,02%
Ist_VerbrauchInkWh	

13



Das CIC Projekt endet mit der Erstellung eines Business Cases basierend auf fundierten Tests & Customer Insights



Thank You!

