



LÖSUNGEN

Wissen, was Kündiger denken

INNOFACT Churn-Monitor

Wissen Sie, warum Ihre Kunden abwandern? Das Schöne ist: Sie können es wissen. Mit dem **INNOFACT Churn-Monitor** erhalten Sie Indikatoren, wie Ihre kritischste Zielgruppe, nämlich die Kündiger, denkt.

Unser Tool wirkt wie ein Frühwarn-System. Denn das, was abgewanderte Kunden formulieren, sind für die aktuellen Kunden die kritischen Themen von morgen. Damit bekommen Sie ein Gefühl, wie Ihr Produkt und Ihre Marke in der Wahrnehmung stehen und welcher Handlungsbedarf besteht.

Und nicht nur das: Sie bekommen auch einen Überblick darüber, wie sich die Stärken und Schwächen ihres Wettbewerbs entwickeln.



Kündiger bieten Chancen

Kündigungen sind unerfreulich, aber sie zeigen ungenutzte Business-Chancen und -Potenziale. Denn aus der Analyse der Abwanderungsgründe lassen sich unmittelbar Handlungsfelder für das Produktmanagement, Marketing und die Markenverantwortlichen ableiten.

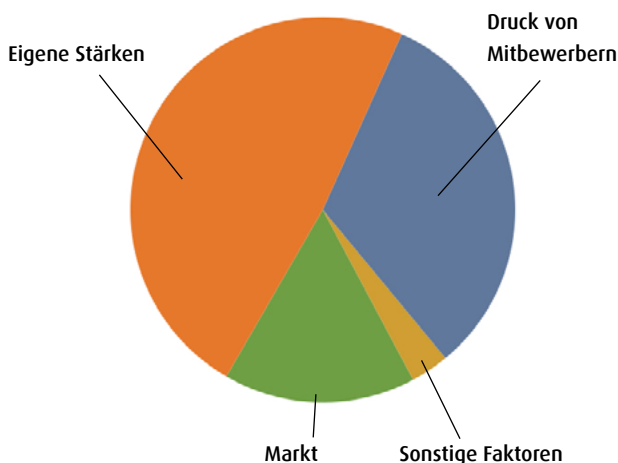
So funktioniert es

Zunächst werden die Kündiger aus Ihrem CRM oder Datenbank ermittelt. Erfahrene Interviewer rufen dann anhand der vorliegenden Adressen die Kündiger an und befragen sie zu ihren Motiven. Als Erhebungsmethode hat sich hier die Telefonbefragung bewährt, da der Interviewer flexibel reagieren und gegebenenfalls tiefer in die Kündigungsmotive einsteigen kann.

Zu entscheiden ist dabei, in welchen zeitlichen Abständen Kündiger befragt werden sollen: Jährliche, halbjährliche oder monatliche Befragungswellen sind hier je nach Kündigungsaufkommen und Produkt sinnvoll und üblich.

INNOFACT hat ein erarbeitetes Fragensdesign, was sich in diesem Zusammenhang schon vielfach bewährt hat.

Die eigenen Stärken und Schwächen auf einen Blick



Diese Fragen werden beantwortet

1 Motive

- Warum wurde ursprünglich das Produkt/die Marke gekauft?
- Was sind die Gründe für die Kündigung?
- Haben sich Einstellungen oder Verhaltensweisen zum Produkt oder Markt verändert?

2 Wettbewerbsanalyse

- Welche Wettbewerber beeinflussen das Marktgeschehen aktuell?
- Welche Schwächen hat Ihre Marke oder Produkt im Vergleich zum Wettbewerb bzw. wo liegen aktuelle Stärken des Wettbewerbs?
- An welchen Punkten steht das eigene Unternehmen in der Gefahr, gegenüber dem Wettbewerb zu verlieren?
- Über welche Kanäle kommuniziert der Wettbewerb?

3 Churn-Management

- Ist die Reaktivierung verlorener Kunden möglich?
- Unter welchen Voraussetzungen würden Kunden zurückkehren?
- Wie ist die Weiterempfehlungsquote?

Das sind die Pakete

- **Monatlicher Churn-Monitor**
 - Monatliches Reporting
 - 100 Fälle
 - Befragung per Telefon
 - Lieferung als Tabellenband (PDF/Excel) inklusive kurzem, standardisierten Topline-Report (PPT)
 - Preis: 3.000 Euro/Monat*

- **Halbjährlicher Churn-Monitor**
 - Zwei Reporting-Zeiträume (Wellen) pro Jahr
 - 250 Fälle pro Welle
 - Befragung per Telefon
 - Lieferung als Tabellenband (PDF/Excel) inklusive kurzem, standardisierten Topline-Report (PPT)
 - Preis: 6.000 Euro/Welle*

- **Jährlicher Churn-Monitor**
 - Ein Report pro Jahr
 - 1.000 Fälle
 - Befragung per Telefon
 - Lieferung als Tabellenband (PDF/Excel) inklusive kurzem, standardisierten Topline-Report (PPT)
 - Preis: 20.000 Euro*

So sieht es aus

Stärken und Schwächen gibt es hier im **INNOFACT Churn-Monitor** auf einen Blick (siehe Abbildung).

So werden die Stellschrauben der Churnrate sichtbar und nachvollziehbar. Idealerweise wird über die Zeit die eigene Unternehmens-Performance immer besser und damit die Faktoren, die man selber beeinflussen kann.

Das liefert INNOFACT

- **Insights aus Nutzersicht:**
 - Eine saubere Analyse der Gründe für die Abwanderung und Kündigungsrisiken für bestehende Kunden

- **Monitoring:**
 - Regelmäßige Berichte zum Status der eigenen Kund- und Nutzerschaft

- **Einfach zu implementieren:**
 - Im Falle von mehreren Wellen schnelle, kleine Befragungen, die zeitnah ein Bild der Kundensituation schaffen

- **Dashboard:**
 - Infos schnell auf einen Blick zu
 - **Unternehmens-Performance**
eigene Stärken
 - **Wettbewerb**
ausgeübter Druck durch Mitbewerber
 - **Markt- und Kontextfaktoren**
nicht beeinflussbare Faktoren



* Hinzu kommen einmalige Kosten (ca. 1.500 bis 2.500 Euro) für die Erstellung des Fragebogens und Setup-Kosten für die CATI-Befragung. Alle Preise zzgl. d. ges. gültigen MwSt.

Über die INNOFACT AG

Die 2001 gegründete **INNOFACT AG** ist ein Full Service-Marktforschungsinstitut und einer der Markt- und Qualitätsführer für Online-Befragungen in Deutschland.

INNOFACT hat direkten Zugriff auf über eine halbe Million deutsche Verbraucher in eigenen Panels. Das Kundenspektrum reicht von internationalen Konzernen bis zu regionalen Mittelständlern. Die Unternehmenszentrale ist im Düsseldorfer Medienhafen, Niederlassungen gibt es in Berlin, Lengerich (IT-Zentrum) und Zürich.

Tiefgehende Insights über spezielle Zielgruppen sind Bestandteil unserer maßgeschneiderten Forschungslösungen. Nutzen Sie unsere Expertise für Ihren Marktvorsprung und erfahren Sie entscheidende aktuelle Fakten über die Möglichkeiten moderner Marktforschungslösungen für Ihr Unternehmen.

INNOFACT ist Mitglied bei ESOMAR, BVM und DGOF.

Ihr Ansprechpartner



Christian Thunig, Managing Partner

INNOFACT AG

Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf

T +49 211 86 20 29 268
c.thunig@innofact.com
www.innofact.com