

**Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

**...greifbar machen und verbessern**

# Geschäftsfelder – FanQ Überblick



## *Sponsoring/ Presenting*

Sponsoring/Presenting von Fan-Meinungen – im Rahmen der FanQ-Communities und über externe mediale Reichweite



## *Marktforschung/ Customer-Feedback*

für fanbezogene und umsatzrelevante Entscheidungen mit passgenauen Informationen bei Flexibilität und Schnelligkeit



## *Digitale Tools*

für eine innovative Interaktion mit Fußballfans – zur Erweiterung des medialen Angebots, zur Steigerung der digitalen Performance und zur Generierung von Werbeerträgen

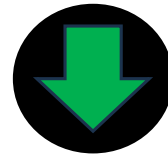


## *Content*

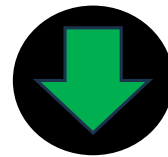
Exklusiven Content zu Fan-Meinungen zu topaktuellen und spannenden Themen für crossmediale Verwertung nutzen wir für Lizenzierung, Revenue Sharing oder Bartering

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...** Feedback in mehr Umsatz verwandeln

Real Time Feedback hilft um



Effektiver Kundenbefragen durchzuführen um



Gewinnbringende Erfolge zu erzielen



## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

### Feedback in mehr Umsatz verwandeln

1

#### Feedback in Echtzeit erfassen

- Spontane Eindrücke von Fans/Kunden an verschiedenen Experience Points erfassen

2

#### Erkenntnisse teilen

- Team-intern austauschen über das Feedback und die generierten Erkenntnisse

3

#### Verbessern

- Entwickeln von Ansätzen zu Verbesserungen

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

Wann und wie treffen Kunden Kaufentscheidungen?

Interesse Kaufentscheidungen zu treffen, entsteht lange vor dem eigentlichen Kauf

- Kunde wird Fan eines Vereins

Entscheidend ist wie reibungslos, verschiedene Interaktionen stattfinden

- Sind Artikel einfach auffindbar?
- Ist Personal hilfreich?
- Stehen die gewünschte Zahlungsvarianten zu Verfügung?



Kundenzufrieden ist essenziell für Bindung und Kaufverhalten der Kunden und damit auch für einen langfristigen Erfolg des Unternehmens

# Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...

## Die Customer Journey

1

### Aufmerksamkeit

- Kunde betritt den Fan-Shop
- Kunde sieht sich um oder sucht nach einem bestimmten Produkt

Wie zufrieden bist du mit der Navigation des Onlineshops deines Lieblingsclubs?

•Sterne 1-5 / Keine Meinung

Wie zufrieden bist du mit der Warenpräsentation und den Produktbildern?

•Sterne 1-5 / Keine Meinung





# Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...

## Die Customer Journey

2

### Abwägung

- Kunde wird auf ein Produkt aufmerksam
- Vergleicht, testet oder probiert es an
- Sucht eventuell Beratung

Wie zufrieden bist du mit der Freundlichkeit der Mitarbeitenden im Fan Shop deines Lieblingsclubs?

•Sterne 1-5 / Keine Meinung

Wie zufrieden bist du mit der Verfügbarkeit der Artikel im Fan Shop deines Lieblingsclubs?

•Sterne 1-5 / Keine Meinung



## Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...

### Die Customer Journey

3

#### Kaufhandlung und Kundenbindung

- Der Kunde trifft eine Kaufentscheidung
- Kunde hat positive oder negative Erfahrungen gesammelt

Wie zufrieden bist du mit der Wartezeit an der Kasse im Fan Shop?

- Sterne 1-5 / Keine Meinung

Wie zufrieden bist du mit den Zahlungsmöglichkeiten im Fan-Shop deines Lieblingsclub?

- Sterne 1-5 / Keine Meinung





## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

### Beispiele für Customer-Experience



- Interaktionen finden nahtlos während der Touchpoints statt
- Angebotene Inhalte sind für den Kunden personalisiert
- Kunden können Kanäle zur Interaktion selbst wählen

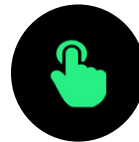


- langsame Reaktionszeit
- unhöfliches Verhalten
- unzureichende Kaufberatung

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

Wieso ist Omni-Channel Feedback so wichtig?

- Unternehmen mit Omni-Channel-Feedback haben eine um circa 91 Prozent höhere Kundenbindung im Jahresvergleich



- Durchschnittlich nutzt ein Kunde beim Einkauf circa sechs Touchpoints
- 65 Prozent der Kunden informieren sich über ein Produkt bevor sie dieses erwerben
- Erkenntnisse aus diesem Feedback können genutzt werden, um Initiativen abzustimmen

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

### Vorteile einer Omni-Channel Customer Experience

1

#### Kunden Feedback zu jeder Zeit auf allen Kanälen erfassen

- Spontane und aktuelle Meinungen/Stimmungsbilder von Kunden werden erfasst
- Probleme und Kritik sind direkt einsehbar
- Gezieltes Echtzeitfeedback = Erkennen umgehend, wann und wie Handlungsbedarf besteht
- Kunden können Ihr Feedback anonym abgeben, dies steigert die Teilnahme
- Unternehmens- und Kampagnenerfolge werden besser planbar



## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

### Vorteile einer Omni-Channel Customer Experience

2

Feedback von Kunden lässt sich zu verschiedenen Zeitpunkten und Orten vergleichen und Prioritäten können gesetzt werden

- Existieren Zeiten zu denen Kunden häufiger nicht zufrieden waren?
- Existieren Unterschiede zwischen Online-Shop und Store-Standorten?
- Gibt es z.B. beim Bezahlvorgang oder Käuferlebnis verbesserungsbedarf?
- Worauf legen Kunden Online Wert?

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

### Vorteile einer Omni-Channel Customer Experience

3

#### Weiter- oder Neuentwicklung von Maßnahmen & Strategien

- **Negatives Feedback** = An welchen Stellen besteht Verbesserungspotenzial oder an welchen Stellen treten Probleme auf
- **Positives Feedback** = Keine weiteren Maßnahmen möglich
  - Positives Feedback zeigt Erfolge auf und kann für die Zukunft genutzt werden
  - Ressourcen, Zeit und Budget kann eingespart werden

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...**

### Vorteile einer Omni-Channel Customer Experience

4

#### Maßnahmen und Strategien auswerten

- Vorher-Nachher-Vergleiche zum Real Time Feedback
- Funktionierende Maßnahmen können verstärkt werden
- Nicht funktionierende Maßnahmen können eingestellt & Ressourcen gespart werden



## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...** Erweiterung um umfassendes Customer Feedback

- Etwa 1-2x pro Jahr
- Kundenbedürfnisse können umfassend eingeschätzt werden
- Erfolg oder Misserfolg von Maßnahmen kann noch besser ausgewertet werden



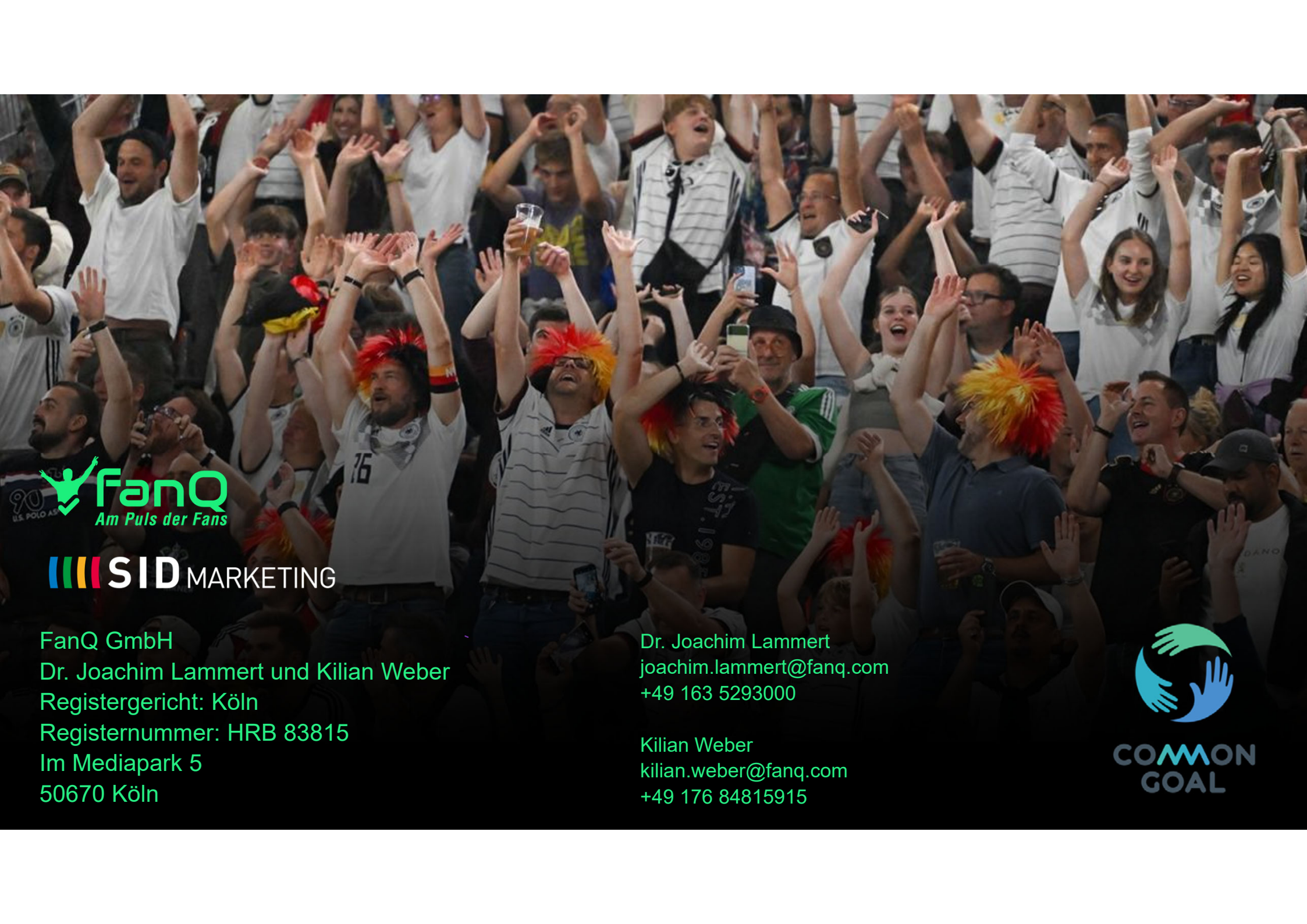
Große Investitionsentscheidungen können auf Basis von genauen Daten getroffen werden

Strategien können langfristig geplant werden

## **Produkt- und Servicequalität beim Merchandising...** Umsetzung mit FanQ

- Fortlaufende Lösungen – tailor-made für online und offline
- Schnittstelle zu Promotion-Aktionen und zu CRM-Systemen
- Jede Menge Erfahrung aus 24/7 Fan-Feedback
- Fan-Nähe, Glaubwürdigkeit und Image-Plus
- Erweiterung um punktuellen Benchmarking
- Erweiterung um umfassendes Customer Feedback
- Einbettung in eine ganzheitliche Fan-Interaktion





**SID** MARKETING

FanQ GmbH  
Dr. Joachim Lammert und Kilian Weber  
Registergericht: Köln  
Registernummer: HRB 83815  
Im Mediapark 5  
50670 Köln

Dr. Joachim Lammert  
joachim.lammert@fanq.com  
+49 163 5293000

Kilian Weber  
kilian.weber@fanq.com  
+49 176 84815915



**COMMON  
GOAL**