

KUNDENERFAHRUNGS-  
MANAGEMENT



## SUCCESS STORY

Vistaprint

**Wie Vistaprint in nur 36 Stunden das Net Promoter Feedback von 6% auf 14% steigern konnte**

## Case Study

# Vistaprint

## Wie Vistaprint in nur 36 Stunden das Net Promoter Feedback von 6% auf 14% steigern konnte

### Herausforderung

- Steigerung des Kundenfeedbacks bei Befragungen
- Fragmentierte, verteilte Sammlung von Feedback
- Durchführung von Offline-Zufriedenheitsbefragungen
- Evaluierung des Markenerlebnisses

### Lösung

- Nutzung von Net Promoter Score Befragungen via SMS zur Erhöhung des Feedbackrücklaufs
- Touchpoint Analysen
- Zusammenführung von Daten aus weltweit verteilten online- und offline Befragungen

### Ergebnis

- Erhöhung des Net Promoter Score Feedbacks von 6% auf 14% in nur 36 Stunden
- Gewonnene Echtzeit-Einsichten der Kundenerfahrungen aus mehr als 1300 Feedbacks in kürzester Zeit
- Zusammenführung von verteilten Datenbeständen zur Analyse von Kundenerfahrungen



Vistaprint gehört zu den weltweit größten eCommerce Marken mit Spezialisierung auf die Erzeugung individueller Marketing- und Werbematerialien.

Die Mission des Unternehmens ist die Stärkung von Small Business Unternehmen durch die Zugänglichmachung von individuellen, hochqualitativen Printprodukten

Vistaprint gehörte zu den ersten Unternehmen, das ein traditionelles Offline-Geschäftsmodell digital umsetzte und somit Kleinst- und Kleinunternehmen eine kosteneffiziente Möglichkeit bot, sich professionell darzustellen.

## About Vistaprint



25 lokalisierte  
Webpräsenzen



Mehr als 16  
Millionen Kunden  
jährlich



Ausgezeichnete  
Produkte



In mehr als 120  
Ländern aktiv

## Die Herausforderung

Vistaprint hat mehr als 16 Millionen Kunden jährlich, die weltweit von 25 Divisionen sowohl offline als auch online betreut werden. Bedingungslose Serviceorientierung gehört zu den zentralen Missionen des Unternehmens.

Zu Beginn der Zusammenarbeit mit QuestionPro sollten sogenannte Touchpoints-Befragungen durchgeführt werden. Die zweite Herausforderung war die grundsätzliche Steigerung des Feedbacks bei Kundenbefragungen. Zudem sollten verteilt erfasste Daten aus Online- und Offline-Befragungen zu Analysezwecken zusammengeführt werden.

## Lösung

Vistaprint setzte auf die QuestionPro CX Suite für das Kundenerfahrungsmanagement (Customer Experience Management). Zunächst wurde die Datenstruktur innerhalb einer Division vereinheitlicht und dann auf andere Divisions übertragen, um vergleichbare Feedbacks gewinnen zu können. Dann erfolgte die Messung und Bewertung von Kundenerfahrungen entlang des Customer Journeys, also der Berührungspunkte zwischen Kunden und Unternehmen, um Unwegsamkeiten identifizieren und beseitigen zu können.

### Nutzung des Net Promoter Scores

QuestionPro verfügt im Rahmen seiner Suite für das Kundenerfahrungsmanagement über einen integrierten Fragetypen zur Messung des Net Promoter Scores, welcher eine wichtige unternehmerische Kennzahl in Bezug auf die Zufriedenheit und Loyalität von Kunden ist. Hierbei wird Kunden die Frage gestellt, ob sie das Unternehmen weiterempfehlen würden. Vistaprint implementierte diesen Fragetypen an den unterschiedlichen Touchpoints und zusätzlich als SMS Befragung.

### Erhöhung des Feedbacks

Vistaprint konnte aufgrund der leicht zu implementierenden Befragungslösung QuestionPro an den unterschiedlichsten Touchpoints das Feedback nun über verschiedene Quellen generieren, etwa per SMS, mittels mobiler Befragungen, durch Online-Intercept- und sogar auf Basis von Offline-Befragungen. Und das alles mit nur einer einzigen Lösungsplattform.

### Zusammenführung der Daten

Die Vistaprint Division, bei der wir QuestionPro zuallererst implementierten, sammelte Feedback bislang nur online, obgleich sie mehr als 50 Offline-Stores unterhält. Dank der Möglichkeit der integrierten Offline-Befragung via Tablets und Smartphone und der automatischen Datensynchronisation konnte Vistaprint Feedback nun auch in den Shops erfassen. Alle Feedbacks aus allen Befragungen an allen Touchpoints flossen somit in dieselbe Datenbank, ohne dass mühsam und zeitaufwendig eine manuelle Zusammenführung erfolgen musste.

## Zusammenfassung

Es gelang Vistaprint, Daten an verteilten Standorten sowohl offline als auch online zu erheben und zur Analyse automatisch zusammenzuführen. Das Feedback konnte durch den Einsatz von QuestionPro verdreifacht werden. Zudem wurde der Kundendialog durch Implementierung neuer und automatisierter Feedbackprozesse an den Touchpoints vereinfacht und dementsprechend gesteigert.

Dank der Einführungen von Net Promoter Score Feedbackmöglichkeiten für Kunden von Vistaprint hatte das Unternehmen jederzeit einen topaktuellen Blick auf die Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität.

Durch die Erhöhung des Kundenfeedbacks hatte das Unternehmen einen noch klareren Blick auf die kritischen Bereiche innerhalb der Geschäftsprozesse an den Schnittstellen zwischen Kunden und Unternehmen gewonnen und kann zudem aufgrund der gestiegenen Transparenz unter Zuhilfenahme des Echtzeit-Dashboards schnell auf Unpässlichkeiten reagieren.

## About QuestionPro

QuestionPro ist einer der weltweit führenden Entwickler und Anbieter im Bereich webbasierter Befragungslösungen und Datenvisualisierung. Mehr als 2,5 Millionen Anwender in über 100 Ländern nutzen die technologisch hochwertigen, modular auf einer Plattform integrierten Tools zur Erstellung, Verteilung und Analyse von Online-Befragungen. Aufgrund der hohen System-Skalierbarkeit und des fairen Lizenzmodells setzen sowohl Top 100 Unternehmen als auch der Mittelstand, Hochschulen, Forschungseinrichtungen sowie Kleinunternehmen und Freiberufler auf Befragungslösungen von QuestionPro. [www.questionpro.com](http://www.questionpro.com)