

Customer Feedback Analysis



Herausforderungen

Direktes Kundenfeedback erfolgt über eine Vielzahl von Kanälen. Dadurch wird es immer wichtiger die business-relevanten Informationen zu filtern und zu analysieren. Zusätzlich gilt es indirektes Kundenfeedback in bspw. Foren oder Social Media Gruppen (Facebook, X, Instagram,...) auszuwerten und mögliche Trends bzw. Auswirkungen der Marketingaktivitäten frühzeitig zu erkennen. Umsetzbare Erkenntnisse müssen schnell in Verbesserungsmaßnahmen überführt werden, da traditionelle Marktforschung oft zu langsam ist und Erkenntnisse zu spät kommen.



Lösung

Die Lösung liegt in einer automatisierten und KI-gestützten Kundenfeedback-Analyse. Dabei wird relevantes Kundenfeedback innerhalb kürzester Zeit aus einer Vielzahl von Datenquellen extrahiert und geclustert. Mithilfe von KI und Large Language Models (LLM) werden Key-Driver des Feedbacks nachvollziehbar identifiziert und ausgewertet. Dies ermöglicht eine gezielte und schnelle Reaktion auf die Bedürfnisse der Kunden, im Kontext von:

- Markteinführung (auch Meinungsbildung bevor das Produkt auf dem Markt ist)
- Servicefeedback
- Kundeninteresse
- Produktfeedback
- Marktvergleich
- Lieferantenanalyse
- Communitymanagement

Diese proaktive Herangehensweise steigert die Kundenzufriedenheit und ermöglicht schnelle Produktverbesserungen.



Customer Feedback Analysis ist der Prozess der systematischen Erfassung von Kundendaten. Die Auswertung und Interpretation von Kundenrückmeldungen bietet wertvolle Einblicke in die Kundenzufriedenheit, -bedürfnisse und -erwartungen. Darauf basierende Entscheidungen müssen heutzutage schnell getroffen werden und sind ein Schlüssel zu nachhaltigem Geschäftserfolg.



Vorteile & Use Cases

Probleme frühzeitig erkennen:

Erkennen Sie Fehlerursachen in 10 Minuten (statt in Tagen oder Monaten)

Zeit und Geld sparen:

Erkennen Sie Probleme bis zu 6 Monate im Voraus

Kundenbedürfnisse verstehen:

Identifizieren Sie Trends mit nur 100 Kommentaren online vs. > 5.000 (Benchmarks)

Markt- und Wettbewerbsanalyse:

Benchmarking der Produkte der Konkurrenz auf der Grundlage des Endbenutzer-Feedbacks



Umsetzung

Identifizieren

- Erfassung von über 80.000 Echtzeit-Datenfeeds
- Nutzung von Large Language Models (LLM)
- Identifikation der Probleme und Produktverbesserungspotenziale aus den Kundenfeedbacks

Quantifizieren

- Nutzung von Visualisierungstools und Argumentcluster
- Monetäre Auswirkungen wiederholt auftretender Probleme im Produkt quantifizieren

Handeln

- Verbesserungspotenziale aus folgenden Informationen ableiten: Markteinblicke, Benchmarking der Konkurrenz, Analysen der Bedürfnisse der Kunden
- Integration in bestehende Prozesse und Systeme



Warum T-Systems?

Auf einen Blick:

- Zahlreiche **fachspezifische Experten** mit Projekterfahrung aus dem Automobilsektor
- **Erfahrung** beim Implementieren von **Preisempfehlungs-Engines**
- **Anpassung der Größe von Entwicklerteams** nach Kundenbedarf
- **Umfassende Beratungsexpertise** zu automobilspezifischen Themen aus Vertrieb und Aftersales
- Die Mitarbeiter unserer Teams arbeiten in **Deutschland und Europa** und besitzen sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch und/oder Englisch

Kontakt

Internet: www.t-systems.de/kontakt
E-Mail: info@t-systems.com
Tel: 0800 33 09030

Veröffentlicht von

T-Systems International GmbH
Automotive / Customer Experience
Hahnstraße 43d
60528 Frankfurt am Main
Deutschland