

HERZLICH WILLKOMMEN

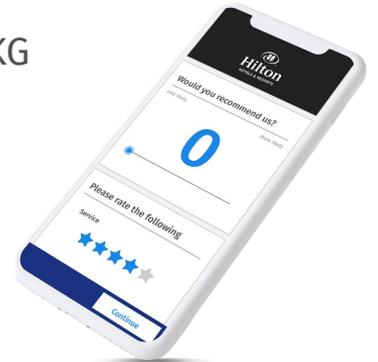


DAY 2020
ONLINE-EVENT

 QuestionPro



- 1. 10:00 - 10:30 Welcome Presentation & Product**
Mike Wilde | Geschäftsführer QuestionPro GmbH
- 2. 10:30 - 11:00 Leadership Evaluation**
Stefan Schwane | Hamburger Hafen und Logistik AG
- 3. 11:00 - 11:30 Online Community**
- 4. 11:30 - 12:00 KI-basierte Textanalysen**
Yuwon Song & Khaleeq Aziz | Symanto Research GmbH & Co. KG
- 5. 12:00 - 12:15 QP Hacks + Closing Remarks**
Mike Wilde | Geschäftsführer QuestionPro GmbH





- **Enterprise Feedback Management Solution**

- **One-Stop Solution**

Surveys
XA Dashboard
Community

*Customer Experience
Workforce Experience
Audience/Market Research*

- **QP Inc. gegründet 2002 | 4+ Mio User | 100+ Länder
QP GmbH seit Jan. 2016**

- **10+ Standorte**

| | | | |
|-----------|-----------|---------|---------|
| Austin | Baltimore | Wroclaw | Berlin |
| Cape Town | Chicago | Dubai | London |
| Merida | Cancun | Pune | Toronto |

- **24/7 Enterprise Support**

Hello, London!



QuestionPro DNA

(First Principles)

Hustle



Throughput



Frugality



Passion



Ownership



Customer empowerment

Research & Insights

| | |
|---|------------------|
| Research Edition <i>(quantitative)</i> | Managed Services |
|---|------------------|

| | |
|----------|-------------------------------------|
| Audience | Communities <i>(qualitative)</i> |
|----------|-------------------------------------|

Customer Experience

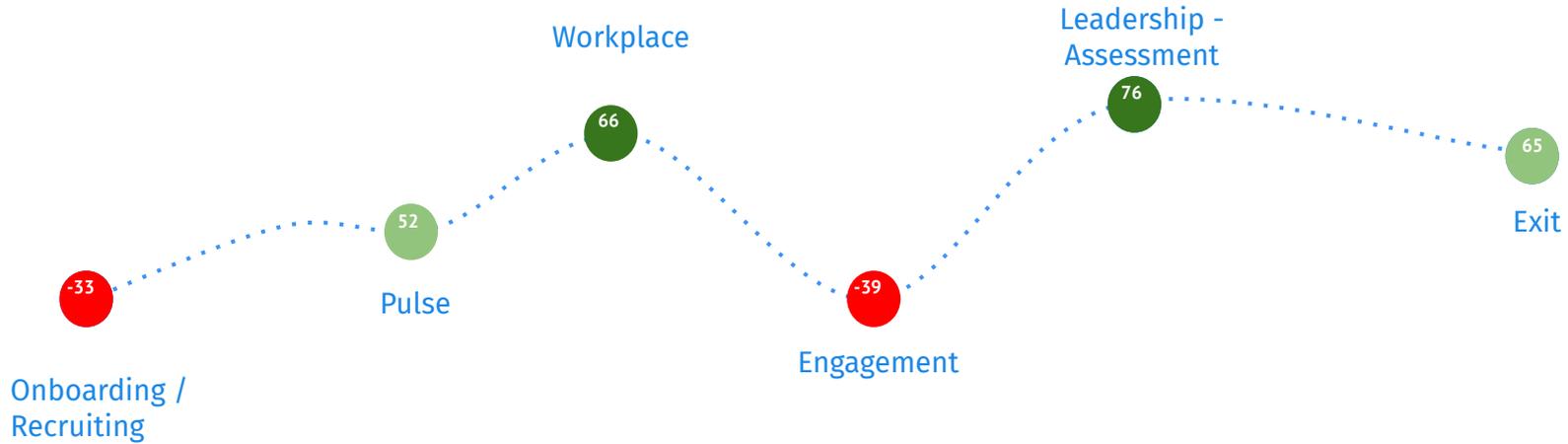
| | |
|---------------------|-----------------------------|
| Touchpoint Analysis | Course/ Event Experience |
|---------------------|-----------------------------|

| | |
|---------------------------------|-------------------------|
| Promoter Co-Creation & Ideation | Closed Loop & Action IQ |
|---------------------------------|-------------------------|

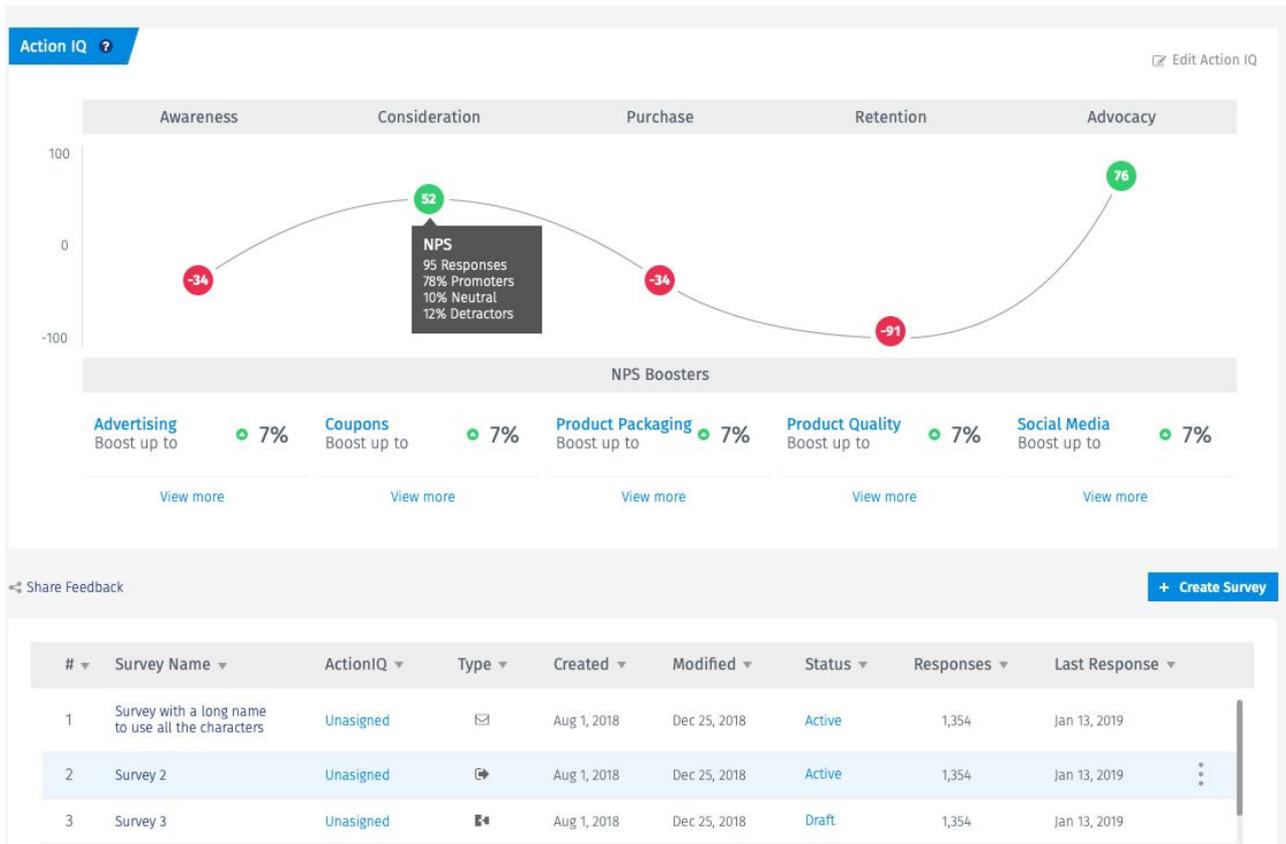
Employee Experience

| | |
|-----------|------------|
| Workforce | Consulting |
|-----------|------------|

| | |
|------|-------|
| 360° | Pulse |
|------|-------|



Customer Experience



Kunden



Mercedes-Benz



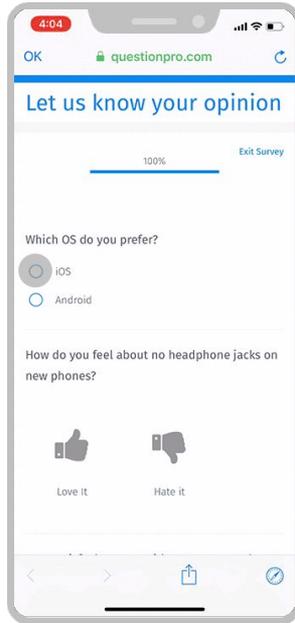


Roadmap



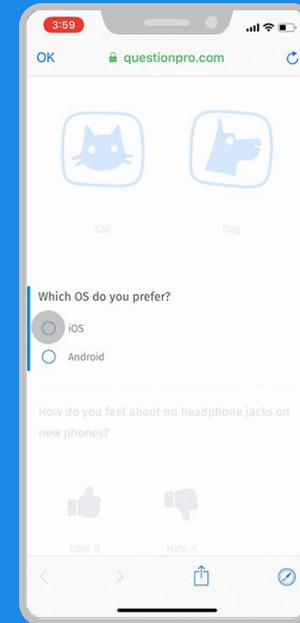
Coronavirus Tracker #COVID19

Regular Survey



🕒 8 min

QuestionPro powered Survey



🕒 2 min

📈 400% Efficiency

What's Happening in the Platform?



Product Roadmap



Auto Advance & UX
Surveys



Multimodal Platform



**Dashboard
Push Metrics**
Customer Experience



**Promoter
Communities**
Communities



Employee Portal
Workforce



**Migration from
Other Platforms**



**Face Recognition &
Voice Feedback**
Mobile Kiosk



Service Line Expansions



Research Services



Audience Services



Compliance & Data Security



**ISO 27001
Certification**



Data Centers: Russia



FedRamp

A Few Big Ideas



Face Recognition & Voice Feedback



Employee Feedback Portal



Survey experience
Mobile, fast, fluid



NPS+
Reinventing NPS - Measurement, Root-Cause & innovation



#Canvas
Build your own research model



#Brand Association Density
A new way of measuring brand equity

A Few Big Ideas / Examples



2.

Stefan Schwane

Leadership Evaluation





QuestionPro X Day 2020



24.03.2020

Die Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) ist ein führendes europäisches Hafen- und Logistikunternehmen. Seit 2007 börsennotiert.

Die Stadt Hamburg hält 68 % Anteile an der HHLA, die restlichen 32 % befinden sich in Streubesitz.

Die Aktivitäten des Unternehmens reichen vom Hamburger Hafen in viele Teile Europas.



HHLA Standorte im Hamburger Hafen



Segmente der HHLA



Container

- Container-Umschlag
- Containernahe Dienstleistungen (z.B. Lagerung, Reparatur)

758,9 Mio. € Umsatz*

131,6 Mio. € EBIT*



Intermodal

- Containertransporte mittels Bahn und Lkw im Seehafenhinterland
- Betrieb von Inlandterminals

433,8 Mio. € Umsatz*

89,1 Mio. € EBIT*



Logistik

- Spezialumschlag von Massengut, Stückgut, Kfz, Früchten u. a.
- Beratung und Training

59,8 Mio. € Umsatz*

5,6 Mio. € EBIT*



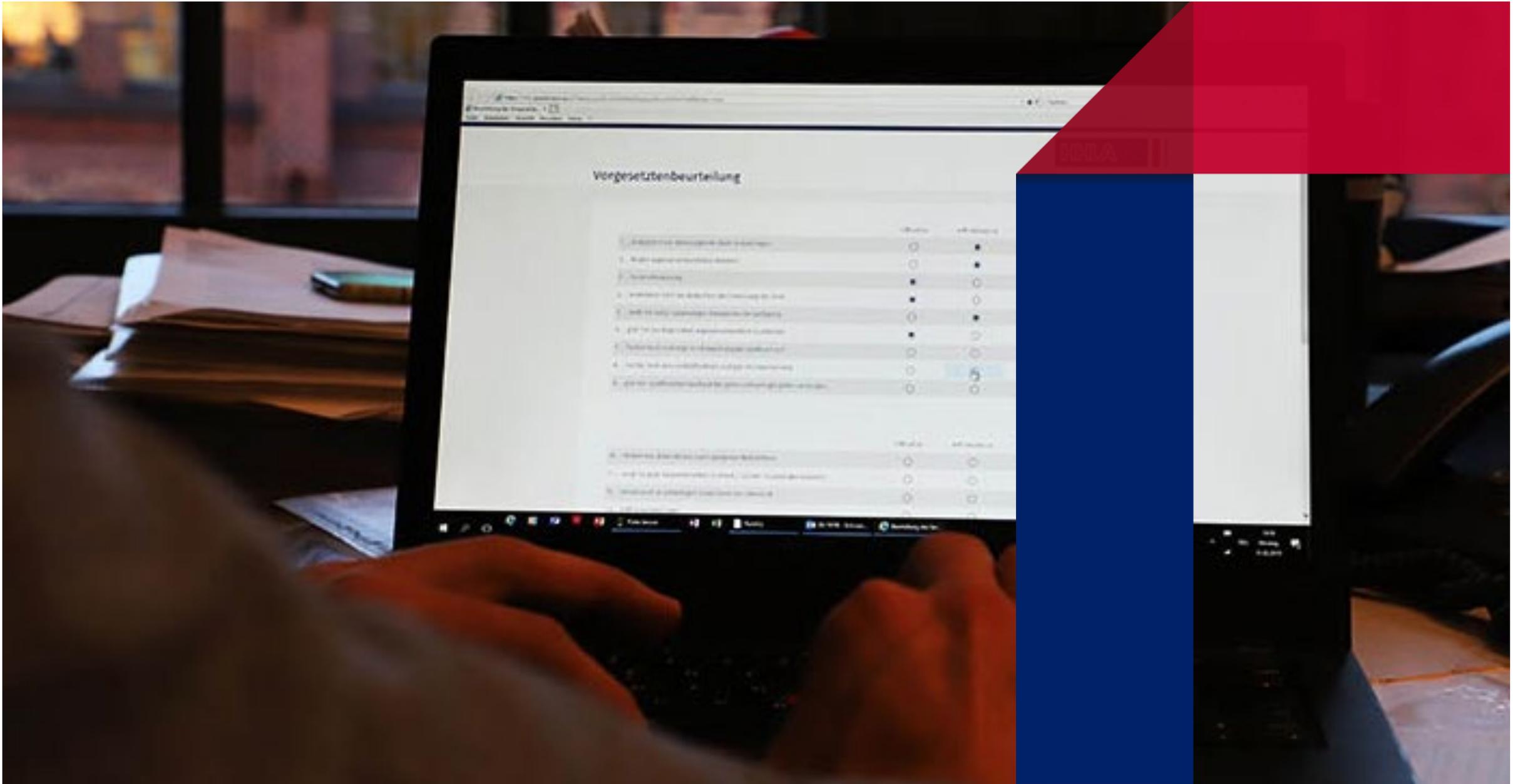
Immobilien

- DNA der HHLA und Visitenkarte der Stadt
- Flächenvermarktung in der Speicherstadt und am Fischmarkt

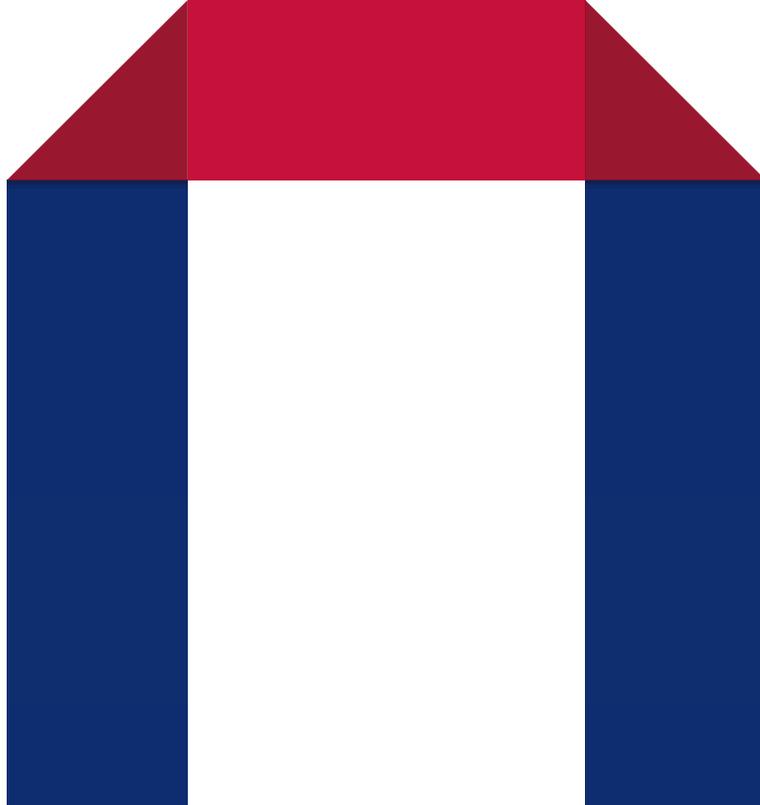
39,3 Mio. € Umsatz*

15,5 Mio. € EBIT*

* Ergebnisse 2018



Leitplanken beim HHLA Führungskräfte-Feedback



→ **Neuland in 2013 mit FK-Bewertung (Abschluss TV)**

→ **Beteiligungsorientiertes Verfahren (BV) bei Digitalisierung der FK-Bewertung**

→ **Einbindung von gewerblichen, technischen, kaufm. Funktionen (ca. 1.100 MA)**

→ **Hohe Anforderung an Datenschutz & IT-Sicherheit**

Kontakt

Stefan Schwane & Antonia Schwinke

Personalmanagement

Hamburger Hafen und Logistik AG

Bei St. Annen 1

20457 Hamburg

Vorgesetztenbeurteilung@hhla.de



3.

Online Community



Panel

- Verwaltung von Mitgliedern
- Versand von Umfragen
- Panelpflege / Targeting

Community

- Aktive Kundenbindung durch Einsatz von Modulen wie:
 - Idea Board
 - Fokusgruppen
 - Umfragen, u.v.m.
 - Topics Board
- Verwaltung von Mitgliedern
- Panelpflege / Targeting

Community Examples



joyn | Community

Joyn möchte Fernsehen für dich besser machen. Als Teil der Community kannst du dabei helfen. Schön, dass du hier bist.

 Angemeldet bleiben Passwort vergessen?
Jetzt einloggen
Neuer Benutzer? Registrieren

 Keep me logged in Forgot Password?
Login
Signup

English

Sign up and get invited to surveys and product tests!

COMPLETELY FREE

Login

Sign Up

[Visit We Vibe](#) [Visit Womanizer](#)

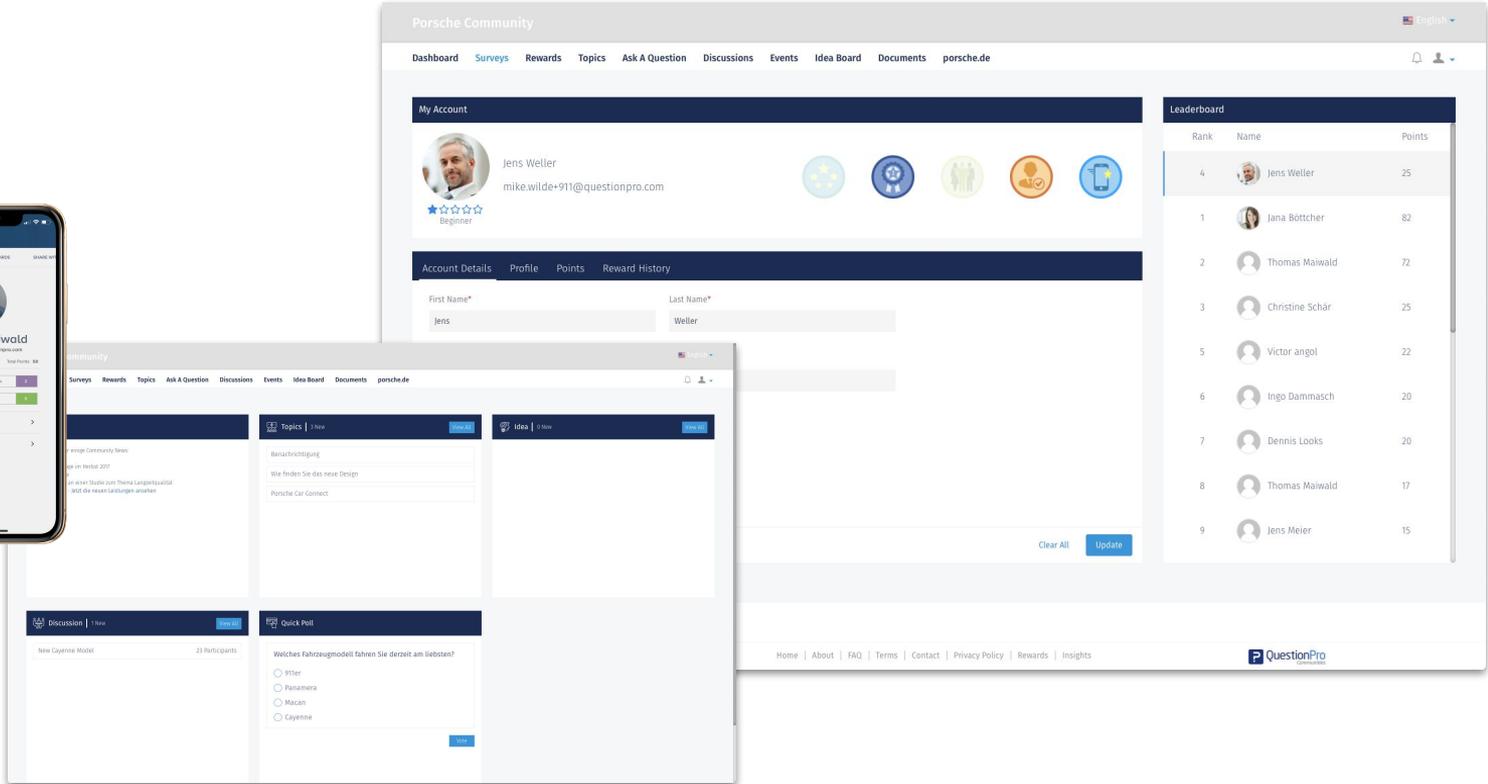
[About](#) | [FAQ](#) | [Terms and Conditions](#) | [Contact](#) | [Privacy Policy](#) | [News](#) | [Imprint](#) | [Community Rules](#)



Willkommen beim Swiss Life Kundenpanel.

Login

Registrieren



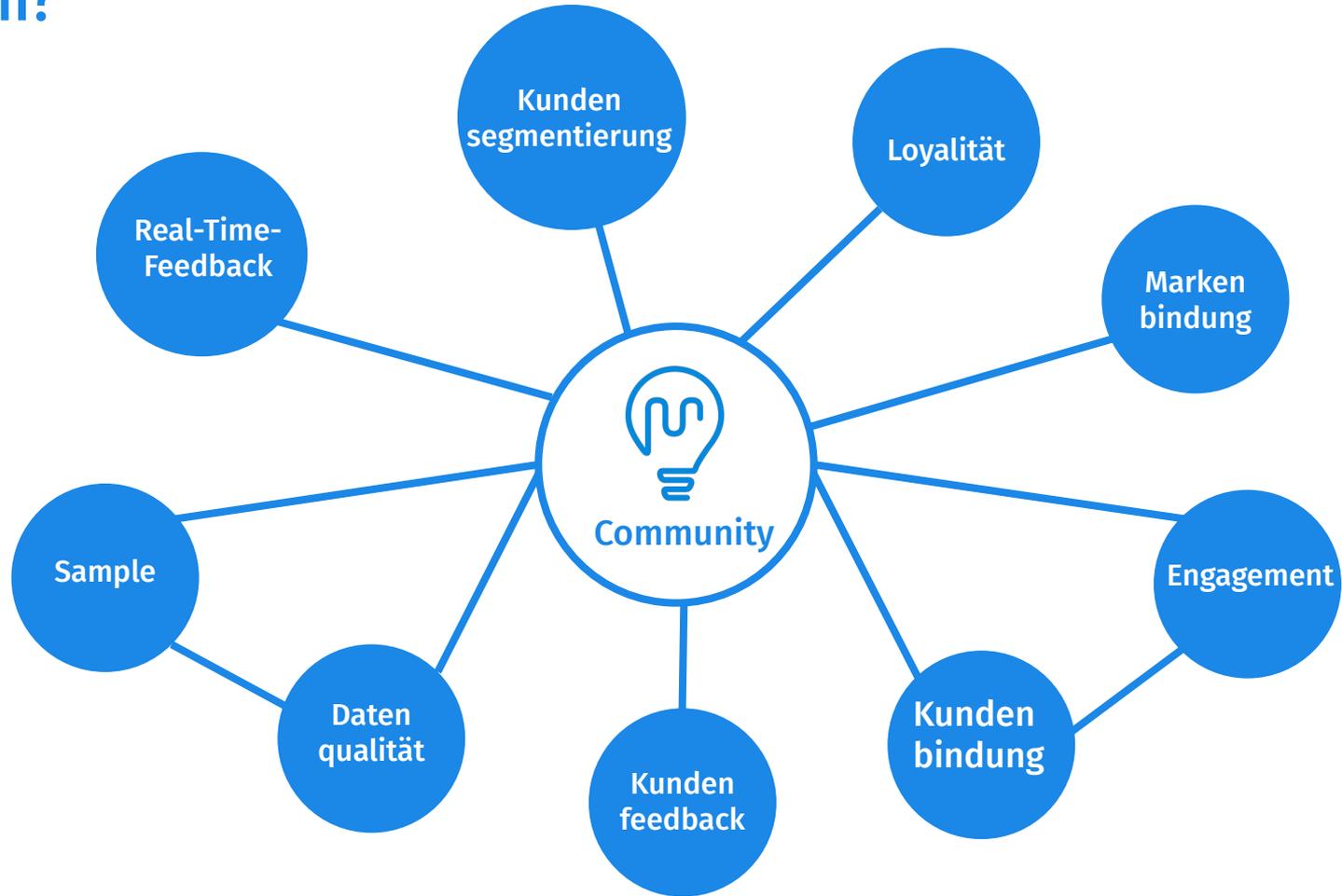
The screenshot displays the Porsche Community website interface, which is a member portal. The main navigation bar includes Dashboard, Surveys, Rewards, Topics, Ask A Question, Discussions, Events, Idea Board, Documents, and porsche.de. The user is logged in as Jens Weller (mike.wilde+911@questionpro.com), a Beginner. The interface is divided into several sections:

- My Account:** Displays the user's profile picture, name, email, and level (Beginner). It also shows account details like First Name (Jens) and Last Name (Weller).
- Leaderboard:** A table showing the top members by points.
- Community Feed:** A grid of content including a survey, a topic, an idea, a discussion, and a quick poll.

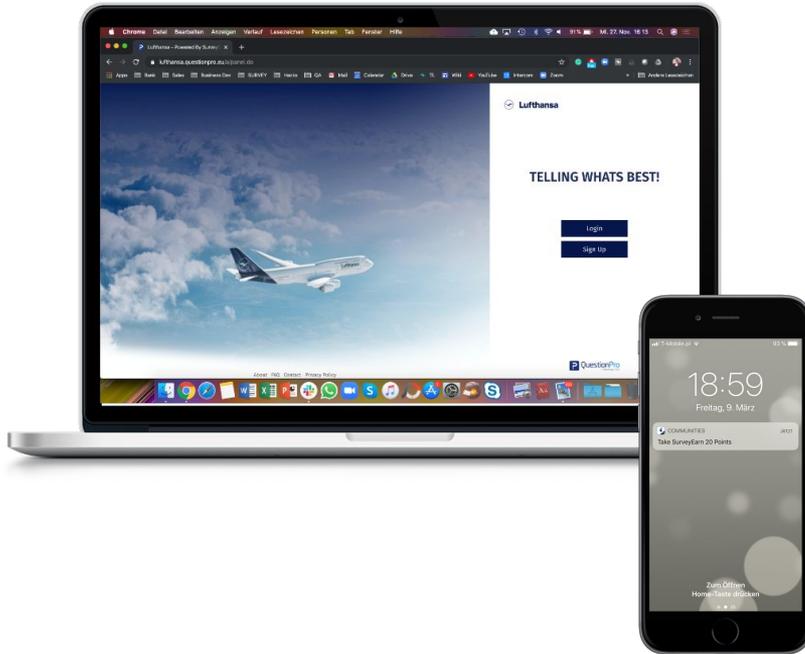
| Rank | Name | Points |
|------|-----------------|--------|
| 4 | Jens Weller | 25 |
| 1 | Jana Böttcher | 82 |
| 2 | Thomas Maiwald | 72 |
| 3 | Christine Schär | 25 |
| 5 | Victor angol | 22 |
| 6 | Ingo Dammasch | 20 |
| 7 | Dennis Looks | 20 |
| 8 | Thomas Maiwald | 17 |
| 9 | Jens Meier | 15 |

The bottom of the page features a footer with navigation links (Home, About, FAQ, Terms, Contact, Privacy Policy, Rewards, Insights) and the QuestionPro logo.

| Warum?



- Seinen Kunden Zuhören und aktiv Unterstützen
- Sammlung von Kundenfeedback
- Verbesserung von Produkten -und Dienstleistungen
- Nachhaltige Kunden-und Markenbindung
- Verknüpfung von Feedback mit Kundenprofilen für detaillierte Insights
- Ein unvergleichbar tiefes Kundenverständnis entwickeln da man neue Umfragen immer auf den vorherigen Antworten aufbauen kann
- Effizient und Effektiv qualitative Insights generieren



- Rekrutieren Sie Teilnehmer auf die Plattform (Webportal & App)
- Verschiedene Module:
 - Umfragen
 - Gruppen Diskussion / Chat
 - Topic
 - Ideenboard
 - Quick-Poll
 - News
 - Event
 - Engagement
 - Dokumente
- Vergabe von Incentives
- Profelfelder + Targeting
- Real-Time Feedback

- **1. Rekrutieren** Sie Ihre Kunden zur Teilnahme an der Community
- **2. Unterstützen und Motivieren** Sie Ihren Kunden durch Befragungen, Diskussionen, Umfragen und Events, Gamification und Badges
- **3. Sammeln Sie Einblicke** aus Ihren unterschiedlichen Zielgruppen
- **4. Belohnen** Sie Ihre Kunden für die Teilnahme an Umfragen oder die Nutzung der Community
- **5. Nutzen** Sie das Community Feedback und die Erkenntnisse zur Verbesserung Ihrer Produkte, Dienstleistungen, Marken und Prozesse

5 Schritte

Rekrutieren

Sie Ihre Kunden zur Teilnahme an der Community.

Unterstützen
Motivieren

Sie Ihren Kunden durch Befragungen, Diskussionen, Umfragen und Events.

Einblicke sammeln

aus Ihren unterschiedlichen Zielgruppen.

Belohnen

Sie Ihre Kunden für die Teilnahme an Umfragen oder die Nutzung der Community.

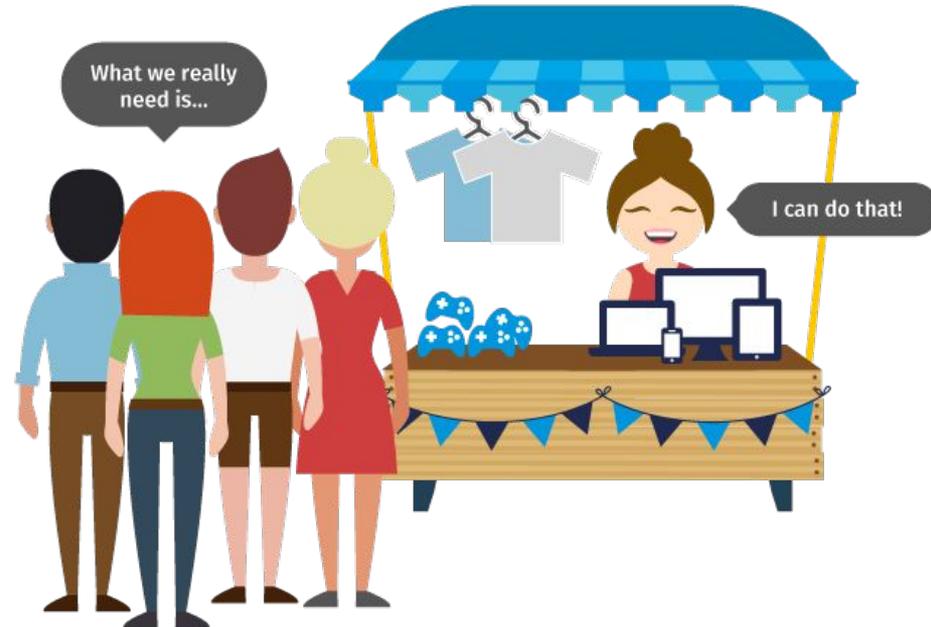
Nutzen

Sie das Community Feedback und die Erkenntnisse zur Verbesserung Ihrer Produkte, Dienstleistungen, Marken und Prozesse.

Rekrutieren Sie Ihre Kunden und generieren Sie segmentierte Communities.

Das hilft Ihnen:

- Die Erwartungshaltung und Anforderungen Ihrer Kunden besser zu verstehen.
- Die Kunden weiterhin für Ihr Produkt oder Ihre Marke zu begeistern.
- Die Kundenerfahrung und -bindung zu verbessern.
- Marktanforderungen und Zielgruppen zu identifizieren und Trends zu erfassen.
- Bisher unbekanntes Marktpotential zu identifizieren



Motivieren Sie die Mitglieder in Ihrer Community, sich zu engagieren. Fördern Sie die Zusammenarbeit und inspirieren Sie sie, zu einem Markenbotschafter zu werden.

- Kommunizieren Sie regelmäßig mit Ihren Kunden.
- Bieten Sie Echtzeit-Vorteile für Ihre Community Mitglieder .
- Transformieren Sie positive Kundenerfahrungen in Interaktion.
- Binden Sie Ihren Kunden aktiv in den Entwicklungsprozess ein.
- Belohnen Sie Ihre Mitglieder für die Teilnahme an Umfragen.



In einer Community fühlen sich Ihre Kunden gut aufgehoben und unter Gleichgesinnten, das schafft eine Atmosphäre des Vertrauens. Die Einblicke, die Sie über die Community erhalten, sind daher unendlich wertvoll!

- Informationen sammeln über verschiedene Module: Befragungen, Idea Bords, Gruppendiskussionen...
- Quantitatives und Qualitatives Feedback
- Verknüpfung des gesammelten Feedbacks mit Kundenprofilen
- Erstellung neuer Zielgruppen



Belohnen Sie Ihre Community Mitglieder und motivieren Sie sie zur weiteren Teilnahme mit Vergütungs- und Belohnung Varianten, die am besten zu Ihrem Geschäftsmodell passen.



Interaktives Punkte-System



Gamification, Label und Badges



Finanzielle und persönliche Vergütungen

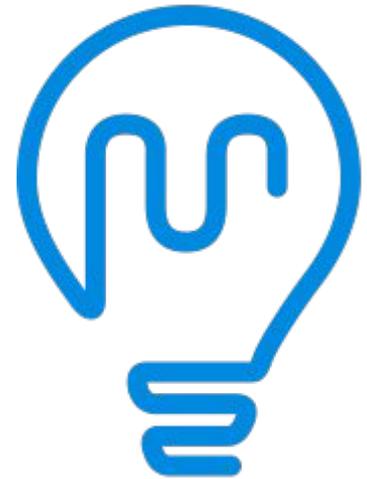


Spenden für wohltätige Zwecke



Lassen Sie wertvolle Community - Einsichten direkt in Ihre Marke und Kundenkommunikation einfließen

- Kundenbindung durch Kundenkommunikation.
- Bauen Sie Vertrauen zu Ihren Kunden auf.
- Fördern Sie das Markenbewusstsein & Markenloyalität.
- Gewinnen Sie zusätzliche Insights - qualitativ und quantitativ!
- Profitieren Sie von den sozialen Effekten zwischen Mitgliedern
- Durch das Benennen von Moderatoren können Sie Ihre Community zum Selbstläufer machen und sich ganz auf ihre Arbeit konzentrieren - Analysieren von Daten
- Nutzen Sie User Story und Quotes zu Marketingzwecken



25 % aller Kunden, die sich mit Ihrer Marke identifizieren, wollen auch Teil Ihrer Fan - Community sein.

- Erhalten Sie ein umfassendes Verständnis der Marktanforderungen.
- Verbessern Sie Kundenerfahrungen.
- Erhöhen Sie die Produkt- und Markenbindung.
- Fördern Sie Mundpropaganda und Weiterempfehlungen.
- Erhöhen Sie die Kundenbindung und weitere Verkaufspotentiale.
- Gewinnen Sie Feedback in Echtzeit zu aktuellen Themen.

“ WORD OF MOUTH
RECOMMENDATION
IS THE PRIMARY FACTOR BEHIND
20-50%
OF ALL PURCHASING DECISIONS ”



Motivieren Sie die Mitglieder in Ihrer Community, sich zu engagieren. Fördern Sie die Zusammenarbeit und inspirieren Sie sie, zu einem Markenbotschafter zu werden.

- Kommunizieren Sie regelmäßig mit Ihren Kunden.
- Bieten Sie Echtzeit-Vorteile für Ihre Community Mitglieder .
- Transformieren Sie positive Kundenerfahrungen in Interaktion.
- Binden Sie Ihren Kunden aktiv in den Entwicklungsprozess ein.
- Belohnen Sie Ihre Mitglieder für die Teilnahme an Umfragen.





- > 22 Mio Teilnehmer weltweit
- B2C, B2B und Spezial Panels
- > 300 Profildaten
(z.B. Alter, Geschlecht, Einkommen, Hobbies, Job, Fahrzeug u.v.m.)
- Bad Responses werden zu 100% ersetzt
- Esomar28

4.

Yuwon Song & Khaleeq Aziz

KI-basierte Textanalysen

symanto
psychology ai

POTENZIALE UND ANWENDUNGSFELDER DER KI-BASIERTEN TEXTANALYSE

Khaleeq Aziz
Yuwon Song

X-DAY 2020



QuestionPro

SEIT 2010

PSYCHOLOGEN + LINGUISTEN + KI EXPERTEN

+70 Mitarbeiter

+30 Nationalitäten

+80 Wissenschaftliche
Veröffentlichungen

5 internationale Standorte

US UK Deutschland Spanien Nord-Mazedonien



symanto



Durch das Trainieren der KI ist es uns gelungen, der Maschine beizubringen, folgende Aspekte aus Textdaten zu analysieren.



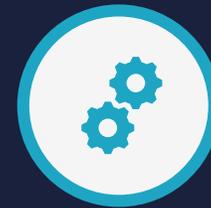
Meinungen



Bedürfnisse



Emotionen



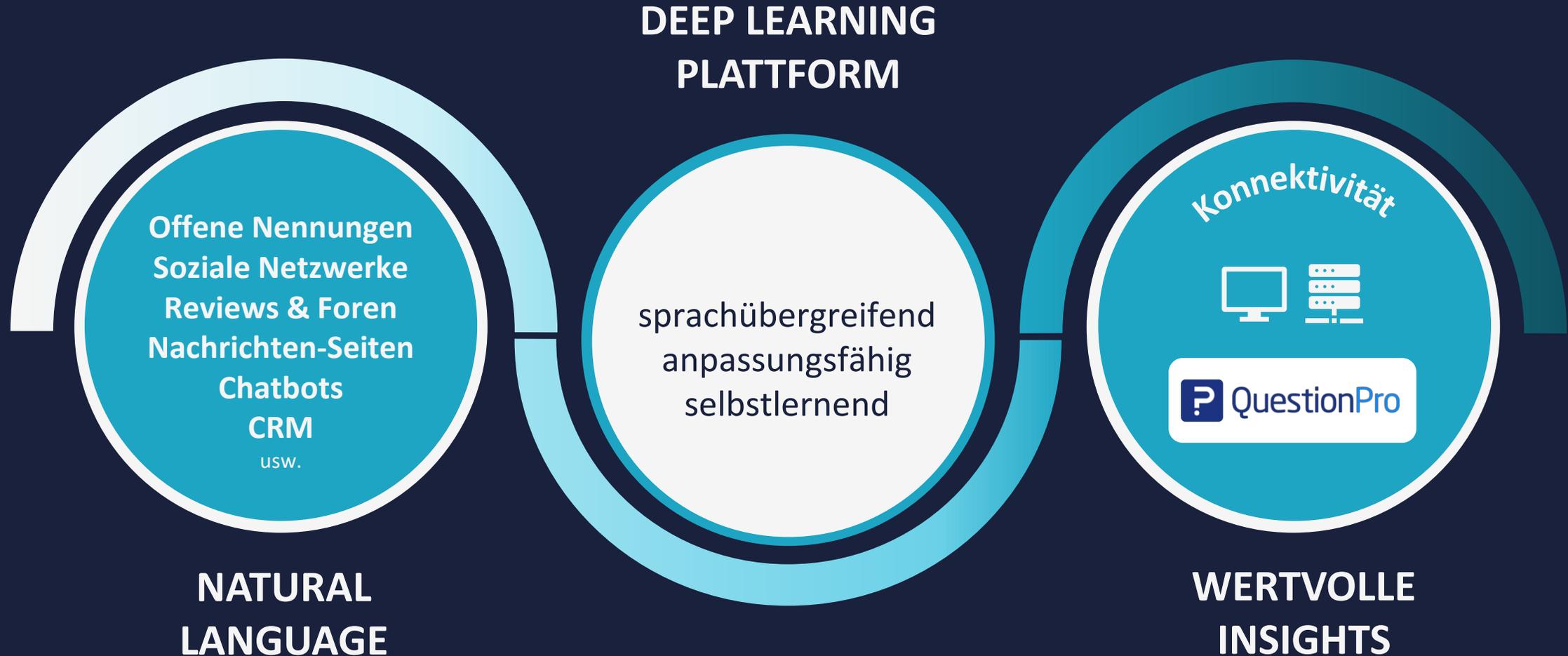
Motivation



**Persönlichkeits-
merkmale**

aus Online Unterhaltungen | E-Mails | Reviews |
Befragungen | Call Center Transkripte | Chatbots | usw.

PROZESS



BRAND



Messung der Brand Health bzgl. emotionaler & funktionaler Aspekte für die Optimierung der Markenstrategie

Consumer Electronics

Steigerung des Brand Love Index & positives emotionales Engagement

PRODUKT



Identifizierung von Innovationspotenzialen, die dem Persönlichkeitsmerkmal der Kunden entsprechen

FMCG

Einführung von zwei neuen Marken in globalen Märkten

MESSAGING



Optimierung der Kommunikationsbotschaft für effizientes & effektives Marketing

Sports Retail

Steigerung der Öffnungsrate des Newsletters +30% und Sales Conversion +~160%

KUNDEN-ZUFRIEDENHEIT



Effiziente & präzise Analyse von Kundenfeedbacks, und Ableitung von umsetzbaren Erkenntnissen

Property Retail

Steigerung des Net Promoter Scores um >20 Punkte

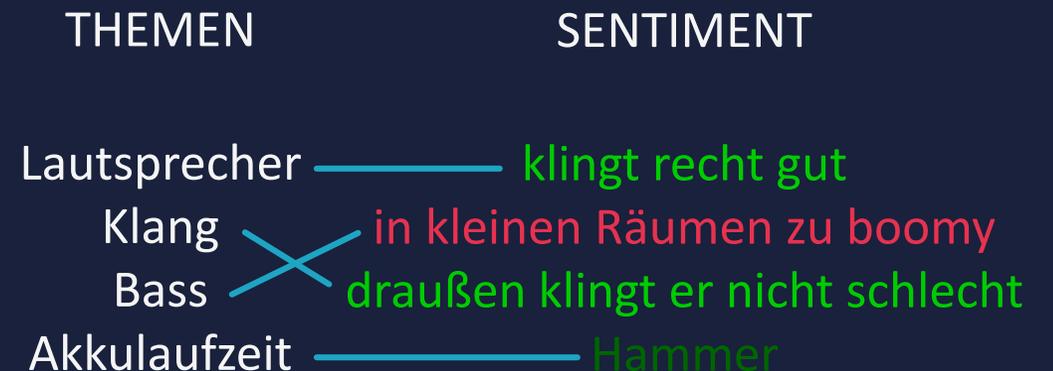


THEMEN & SENTIMENT

„Der Lautsprecher klingt generell recht gut. Jedoch in kleinen Räumen ist der Bass zu boomy. Draußen klingt er nicht schlecht und Akkulaufzeit ist der Hammer!!“

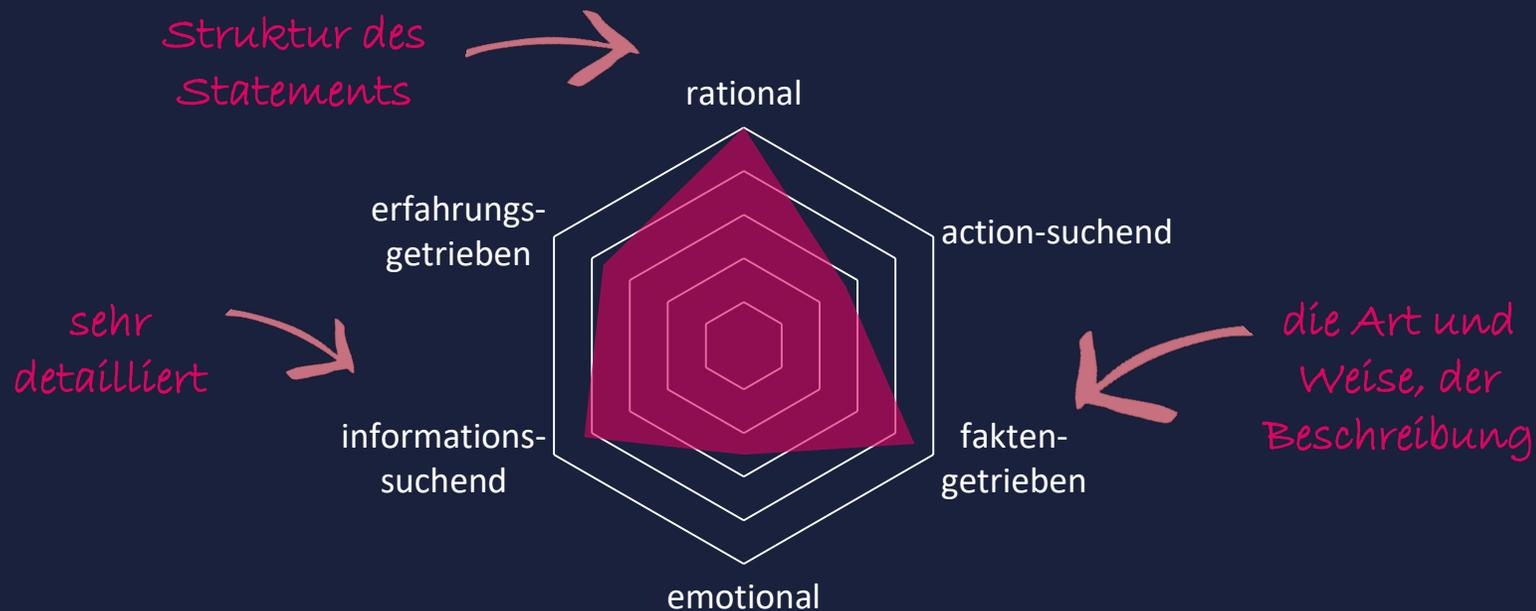
Kommentar-Level Sentiment (Marktstandard)

Symanto Psychology AI



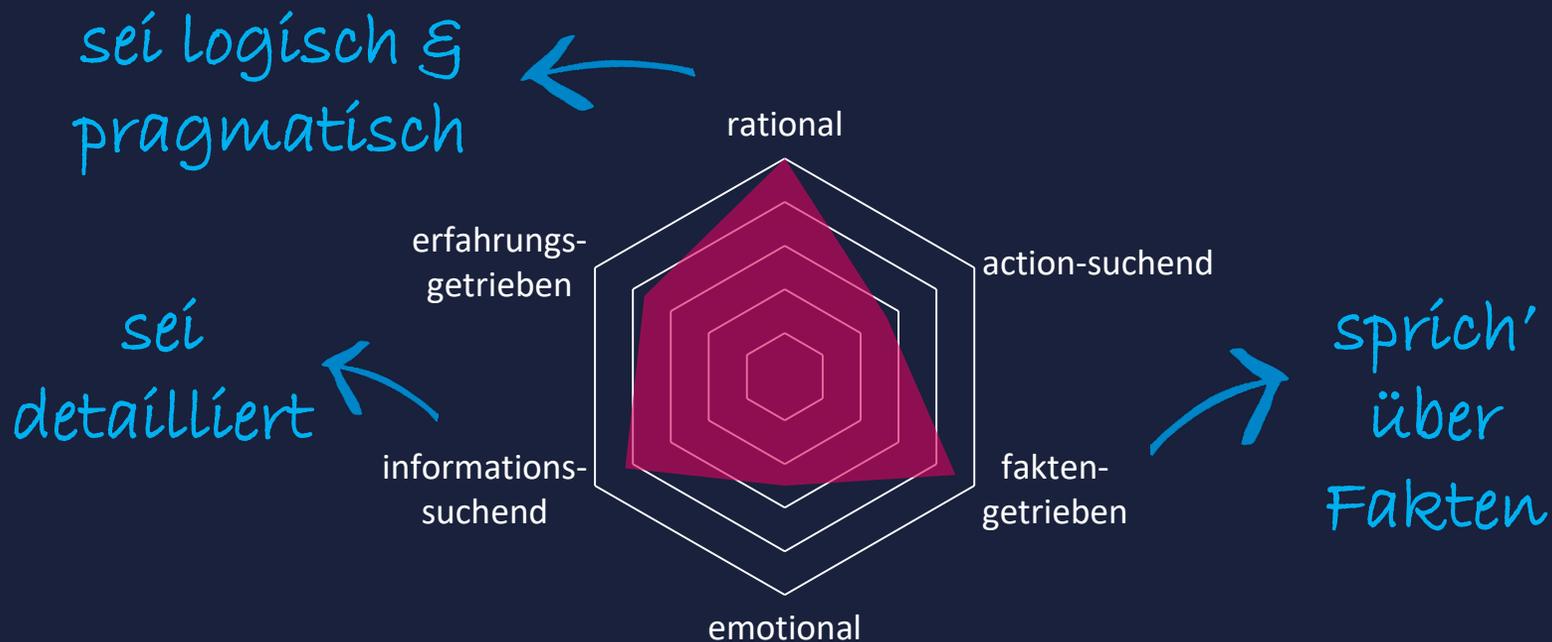
PSYCHOGRAPHICS & EMOTIONEN

„Der Lautsprecher klingt generell recht gut. Jedoch in kleinen Räumen ist der Bass zu boomy. Draußen klingt er nicht schlecht und Akkulaufzeit ist der Hammer!!“



PSYCHOGRAPHICS & EMOTIONEN

„Der Lautsprecher klingt generell recht gut. Jedoch in kleinen Räumen ist der Bass zu boomy. Draußen klingt er nicht schlecht und Akkulaufzeit ist der Hammer!!“



joy

nicht nur "positiv"

INTELLIGENTE TEXTANALYSEN-MODELLE

| | | |
|----------------------------------|---|---|
| FUNCTIONAL EQUITIES | Greifbare Elemente, die das Kundenerlebnis hinsichtlich der Qualitätswahrnehmung der Marke/ des Produkts darstellen | <ul style="list-style-type: none"> • “Need to replace it due to its low battery life.” • “The front camera is amazing!” • “Not a fan of this weird new flavor.” |
| EMOTIONAL EQUITIES | Emotionale Erlebnisse der Kunden mit der Marke/ dem Produkt | <ul style="list-style-type: none"> • “Very disappointing.” • “I’m totally blown away.” • “This is not what I signed up for.” |
| BRAND CONNECTIONS | Konversationen mit der höchsten Markentreue „Brand-Love“ | <ul style="list-style-type: none"> • “It’s my all time favourite brand” • “I love the brand, it’s absolutely sick!” • “I’ve been a fan for years!” |
| BRAND RECOMMENDATIONS | Der wahrgenommene Einfluss, den ein Posting/ Kommentar auf andere User haben kann (NPS Prinzip : Promoter / Passiv / Detractor) | <ul style="list-style-type: none"> • “A must have” • “It’s the best for everyone who enjoys seamless connection between devices” • “Don’t waste your money on it.” |

VORTEILE DER PSYCHOLOGY AI IN DER TEXTANALYSE



1. Datengetriebene Themen *nicht vordefiniert*
2. Höhere Genauigkeit im Kontext *Hammer*
3. Verständnis für den „Menschen“
4. Learnings hinsichtlich der Ansprache
5. Mehr als „nur“ Sentiment *Going beyond sentiment*

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Q&A

Khaleeq Aziz

CEO & Founder

khaleeq.aziz@symanto.net

Yuwon Song

Senior Sales Manager

yuwon.song@symanto.net

www.symanto.net

Pretzfelder Straße 15
90425 Nürnberg
Germany

follow us:



5.

Mike Wilde

QP Hacks + Closing Remarks



Vielen Dank!

QuestionPro GmbH

Friedrichstraße 171

10117 Berlin

Germany

www.questionpro.de

+49 30 9160 7401

kundendienst@questionpro.de

Mike Wilde, Vice President



Berlin | London | Austin | San Francisco | Cancún | Cape
Town | Chicago | Dubai | Merida | Pune | Toronto