



MEDIENINFORMATION

Voycer AG: innogy Community wächst mit SocialVOYCE

innogy baut mit Kunden Wissensdatenbank zum Thema Smart Home auf / Produkttests als zentrale Strategie zur Kundenbindung / Community Traffic um 30 Prozent gesteigert

München, 13. Dezember 2017__ Die Voycer AG liefert für innogy SE, ein Unternehmen, das auf erneuerbare Energien, Netzbetrieb und Energiemanagementlösungen spezialisiert ist, die technologische Plattform für den Aufbau der innogy Community. Die Plattform dreht sich um die Themen Smart Home und Elektromobilität und gibt Nutzern Antworten auf technische und anwendungsorientierte Fragen. Dabei kommt die Lösung SocialVOYCE der Münchner Voycer AG zum Einsatz. Ziel war es, die innogy Community als wichtige Anlaufstelle rund um das Thema Smart Home UND Elektromobilität zu etablieren und über den gegenseitigen Austausch der Nutzer eine Wissensdatenbank zu dem Thema aufzubauen. Das soll zukünftig den Bereich Kundenbetreuung entlasten und Experten, Kunden und Einsteigern ein neues Zuhause rund um das Thema Smart Home bieten.

innogy vertreibt Lösungen für ein intelligentes und sicheres Zuhause sowie für die Elektromobilität. Dazu zählen neben Energiespeichern, intelligenten Heizkörperthermostaten und Sensoren für das Smart Home auch Ladeboxen für Elektrofahrzeuge. Zu all diesen Themen hat das Unternehmen mit der innogy Community ein Expertenforum geschaffen: Nutzer bewerben sich für die innogy Community öffentlich und mit einer ausführlichen Beschreibung, warum sie sich für den Test besonders eignen und an welchem Produkt sie interessiert sind. Innerhalb der Plattform können sie dann Testszenarien darstellen, um andere Nutzer zu inspirieren oder sich mit ihnen auszutauschen. Selbst komplizierte Anwendungen sind dann kein Problem mehr: Über die Q&A-Funktion der Community helfen sich die Mitglieder gegenseitig.

Den zentralen Teil bilden die Produkttests. Sie sind für innogy wichtig, um Interaktion und Markenbindung zu steigern: So haben sich allein 591 Interessenten für den Test eines neuen innogy-Rauchmelders inklusive Sicherheitspaket beworben. Besonders aktive Nutzer oder solche mit viel Fachwissen werden von innogy ausgewählt und können nach definierten Vorgaben neue Produkte ausprobieren und in einem Testbericht bewerten. Diese Testberichte beschreiben Anwendungsszenarien, die andere Mitglieder auf neue Smart-Home-Funktionen neugierig machen. Im gesonderten Bereich „eMobility“ finden Kunden zudem Meinungen und Expertentipps zum Thema Elektromobilität.

Produkttests als Mittel für die Kundenbindung

Technisch basiert die innogy Community auf der Software SocialVOYCE. Mit SocialVOYCE führen Unternehmen Produkttests auf ihrer eigenen Website durch. So verstehen sie besser, wie Kunden ihre Produkte nutzen, wie hoch die Zufriedenheit ist und welche konkreten Verbesserungsvorschläge bestehen. Damit liefern Produkttests Unternehmen direkten Input für Marketing und Produktentwicklung. Das Modul „Produkttests“ von SocialVOYCE kann als Stand-Alone-Lösung für eine reine Produkttest-Plattform genutzt werden oder wie bei innogy direkt in die bestehende Customer Community integriert werden.

Die Zahlen sprechen für sich: So verzeichnete innogy für das im September vorgestellte Testpaket „innogy SmartHome + Netatmo + Philips Hue“ 1.510 Bewerbungen mit rund 300 Bildern und elf Videos mit Bauskizzen und einer präzisen Beschreibung der Einsatzszenarien. Allein zehn Prozent der Bewerber hatte bereits an



anderen Aktionen teilgenommen und es wurden Testberichte mit bis zu 40 Bildern veröffentlicht. Insgesamt konnte das Unternehmen den Traffic in der eigenen Community um 30 Prozent, auch nach Ende der Bewerbungsphase, steigern. Zudem lernt innogy so seine Kunden besser kennen und hat im Zuge dessen herausgefunden, dass das Thema Smart Home unter anderem für junge Familien interessant ist.

Dazu sagt Christoph Weltmann, Marketing Manager Social Media bei innogy SE: „Die Produkttests unterstützen den Aufbau der Community sehr effizient. Neben einer vergleichsweise großen Anzahl an Registrierungen profitiert die Community vor allem von den spannenden und inspirierenden Anwendungsszenarien, der für viele noch neuen und nicht vertrauten Smart-Home-Technologie. Damit baut innogy nach und nach eine umfassende Wissensdatenbank zum Thema Smart Home auf.“

Michael Nenninger, CEO der Voycer AG, ergänzt: „Wir freuen uns, dass wir mit innogy einen namhaften Kunden für SocialVOYCE gewinnen konnten. Allein für den Produkttest ‚innogy SmartHome + Netatmo + Philips Hue‘ konnten wir seit Anfang Oktober die Bewerberzahl um über 50 Prozent steigern. Das Interesse von Usern an Engagement-Plattformen nimmt also immer stärker zu. Produkttests sind ein idealer Weg, die Lösungen für andere Kunden erlebbar zu machen. Und über die Berichte und Anwendungsszenarien wird der Kunde zum Verkäufer.“

Über Voycer

Die Voycer AG ist ein Software-as-a-Service-Anbieter für Engagement-Plattformen von Product-Experience-Lösungen bis zur modularen Community. Dadurch schafft Voycer innovative Marketingansätze auf dem eigenen Online-Auftritt, um eine hohe Kundenbindung und Kundengewinnung zu erzielen. Durch konsequente Weiterentwicklung der Lösung ist Voycer heute der einzige Full-Service-Anbieter im Bereich Customer Communities für Handel, Hersteller und Dienstleister. Das Kernprodukt SocialVOYCE ist eine modulare und flexible Whitelabel-Engagement-Technologie (Software-as-a-Service). Darüber hinaus entwirft Voycer auf Basis von Benchmark-Erfahrungen individuelle Community-Strategien mit einem klaren ROI. Community-Experten begleiten auf Wunsch den Aufbau der eigenen Customer Community mit erprobten Services und Methoden, um so das erfolgreiche Wachstum der Community zu sichern. Zu den aktuellen Kunden gehören unter anderem die DER Touristik, toom, MEDIMAX, der Robinson Club, die Leipziger Buchmesse, innogy und Conrad Electronic.

Kontakt:

Voycer AG
Melanie Seidel
Chief Community Officer
Rosenheimerstr. 145 h
81671 München
Tel.: 089 / 80 99 07 809
E-Mail: m.seidel@voycer.com
Web: www.voycer.com