

CUSTOMER EXPERIENCE

# Case Study



Emirates Airlines

**Zentrale Erfassung und Analyse von Kundenfeedback an den Touchpoints der Customer Journey**

## Case Study

# Emirates Airlines

Neukonzipierte Customer Journey macht Emirates Airlines zur ranghöchsten Fluggesellschaft der Welt.

### Herausforderung

- Es existierte lediglich eine fragmentierte Sicht auf die Customer Journey durch eine uneinheitliche Feedback-Erfassung
- Schwierigkeiten bei der Analyse von Datensätzen aus verschiedenen Touchpoint-Analysen

### Lösung

- Durchführung vergleichsfähiger Touchpoint-Analysen
- Nutzung der erweiterten Datenanalyse in QuestionPro mittels Kundensegmentierung
- Klarere Übersicht der einzelnen Touchpoints und somit Neudefinition der Customer Journey

### Resultat

- Einführung von Chauffeur-Dienstleistungen zu den Flughäfen in über 70 Städten
- Aufrechterhaltung der branchenweiten Exzellenz des Leistungsportfolios
- Möglichkeit des Treffens unmittelbarer Entscheidungen durch Echtzeit-Analysen

*“QuestionPro hat uns dabei geholfen, den Puls unserer Kunden zu fühlen und unterstützt uns in unserem Bestreben, die beste Fluggesellschaft der Welt zu sein!”*

— Gurupratap Suri, Research Manager



Emirates ist die größte Fluggesellschaft im Mittleren Osten, die mehr als 3.600 Flüge pro Woche von ihrem Drehkreuz am Dubai International Airport zu mehr als 154 Städten in 80 Ländern auf sechs Kontinenten durchführt.

Es ist das starke Bekenntnis zu ihren Visionen und Werten, das Emirates zur größten internationalen Fluggesellschaft der Welt gemacht hat, und alles begann 1985 mit nur zwei Flugzeugen.

Die Kunden-, Produkt- und Dienstleistungsinnovationen von Emirates haben der Marke eine Reihe von Auszeichnungen eingebracht, darunter vier Auszeichnungen von Business Traveller Middle East - Best Airline Worldwide', Airline with the Best First Class', Airline with the Best Economy Class' und Airline with the Best Cabin Staff'.

## Über Emirates



Mehr als 3600  
Flüge pro Woche



In mehr als 80  
Ländern verfügbar



Skytrax World  
Airline 2016



mehr als 16 MIO  
Fluggäste

## Herausforderung

Die Verantwortlichen von Emirates Airlines haben schon seit jeher auf die Erfassung und Analyse von Kundenfeedback im Rahmen der Customer Journey gesetzt. Mit steigender Zahl der Fluggäste brauchte es ein neues System, welches Daten aus unterschiedlichsten Touchpoint-Analysen konsolidiert und vergleichbar macht. Hierbei hat sich Emirates Airlines für den ganzheitlichen Lösungsansatz der Customer Experience Suite von QuestionPro entschieden, die es ermöglicht, Kundenfeedback aus unterschiedlichen Touchpoints strukturiert zu erfassen, zu analysieren und vergleichbar zu machen.

## Lösung

Aufgrund der Durchführung von Touchpoint-Analysen mit Unterstützung der Befragungs- und Analyseplattform QuestionPro konnte die Fluggesellschaft Feedback dezentral erfassen und zentral auswerten und die unterschiedlichsten Touchpoints miteinander vergleichen. Das wiederum ergab eine völlig neue Sicht auf die Customer Journey.

### **Vollständige Bewertung der Customer Journey**

Umfassender Überblick über die gesamte Kundenreise: von der Online-Buchung, über die Vor- und Nachreise bis hin zur Ankunft, über das Erlebnis während des Fluges, einschließlich der Unterhaltung und der Zufriedenheit nach dem Flug.

### **Rollenbasiertes Feedback System**

Die QuestionPro Customer Experience Suite liefert Daten an die jeweiligen verantwortlichen Personen in Echtzeit. Mit diesem rollenbasierten Reporting werden ausschließlich die relevanten Informationen an die entsprechenden Verantwortlichen vollautomatisch weitergeleitet.

### **Einheitliches Reporting**

Das einheitliche und somit vergleichbare Reporting versetzte Emirates Airlines in die Lage, Kundensegmente zu erkennen sowie Entscheidungen zur Verbesserung der einzelnen Berührungspunkte innerhalb der Customer Journey zu treffen

## Resultat

Die Rücklaufquote des Kunden-Feedbacks ist stark angestiegen, da durch den Einsatz von QuestionPro als zentrale Befragungs- und Analyseplattform weit mehr Touchpoints analysiert werden konnten als zuvor. Das wiederum brachte den Verantwortlichen von Emirates Airlines eine umfassendere Draufsicht auf die Customer Journey. Mit Hilfe der Customer Experience Suite von QuestionPro identifizierte Emirates Airlines die größte Herausforderung innerhalb der Customer Journey: Das fehlende Kundenerlebnis vor der Abreise. Mit einer beträchtlichen Menge an gesammelten und analysierten Kundendaten steigerte die Marke das Kundenerlebnis durch die Einführung eines neuen Services, nämlich den Chauffeur-Drive, der sich mittlerweile in mehr als 70 Städten weltweit etablieren konnte.

## Über QuestionPro

QuestionPro ist einer der weltweit führenden Entwickler und Anbieter im Bereich webbasierter Befragungslösungen und Datenvisualisierung. Mehr als 3 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.de](http://www.questionpro.de)