



UNTERNEHMEN

Die DVB verantwortet in Dresden den Öffentlichen Personen Nahverkehr. Mit Straßenbahnen, Bussen, Bergbahnen und Fähren werden an Werktagen im Schnitt bis zu 600.000 Fahrgäste befördert. Die DVB trägt so dazu bei, das innerstädtische Verkehrsaufkommen zu entlasten, die Umwelt zu schonen und die Lebensqualität in Dresden zu erhöhen.

HERAUSFORDERUNG

Zufriedenheitsbefragungen werden aktuell in Abständen von einem Jahr durchgeführt. Diese Methodik ist eine feste Instanz innerhalb der DVB-Marktforschung. Sie liefert ein Gesamtbild über alle Leistungsmerkmale und ermöglicht damit strategische Schlussfolgerungen in Form von Bewertungen über den in der Vergangenheit liegenden Zeitraum.

Um ein schnelles Eingreifen und sofortiges Steuern bei auftretenden Herausforderungen zu ermöglichen, sollte die bestehende Bewertung um eine Echtzeitanalyse erweitert werden. Zusätzlich wurden die Ergebnisse auf ihre Aussagekraft hin geprüft.



DVB – Dresdner Verkehrsbetriebe AG

Auf einen Blick

-  **Industrie**
Öffentlicher Personennahverkehr
-  **Headquarters**
Dresden
-  **Website**
www.dvb.de

Highlights

- ✓ 153 Mio. Fahrgäste jährlich
- ✓ 100.000 Abonnenten
- ✓ Jährliche Kundenbefragungen

Beispielfragebogen:
www.fdb.ac/mobility



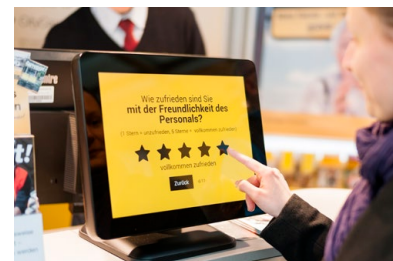
LÖSUNG

Zusammen mit der DVB wurde ein Pilotprojekt zur Messung von Servicequalität in Echtzeit ins Leben gerufen. Mit einer Multichannel-Lösung boten wir jedem Fahrgast einen individuellen Weg entsprechend seines Kommunikationsverhaltens an. Jeder konnte über QR-Codes oder Links, mit seinem Smartphone sowie Tablet, PC und an den Feedback-Terminals sein Erlebnis an die DVB sofort weitergeben. Unabhängig vom genutzten Kanal wurden alle Daten in einem zentralen System erfasst, ausgewertet und den Verantwortlichen in Echtzeit zur Verfügung gestellt.

ERGEBNIS

Im gesamten Pilotzeitraum von 4 Monaten wurden über 1.650 Service-Erlebnisse erfasst. Am zufriedensten waren die Fahrgäste mit der persönlichen Beratung in den Kundencentern, der Fahrplanauskunft im Internet sowie der angebotenen Taktfrequenz. Die kontinuierliche Messung lieferte wertvolle O-Töne zum ÖPNV-Angebot, zu den Verkehrsmitteln und der Kundenbeziehung.

Die Flexibilität gewährleistete zusätzliche, parallele Kampagnen, deren Ergebnisse ebenfalls in die zentralisierte Plattform einfließen und dort sofort zur Verfügung standen. Die Ergebnisse der kontinuierlichen Messung unterstrichen zudem die Resultate der jährlichen DVB-Fahrgasterhebung.



„Die digitale Erhebung hat wertvolle O-Töne geliefert. Die erhaltenen Ergebnisse bestätigten zudem die Erkenntnisse der jährlichen Fahrgastbefragungen.“

**Christian Blank, DVB AG –
Strategisches Marketing / Marktanalyse**



**MULTICHANNEL-MESSUNG
DER KUNDENZUFRIEDENHEIT**



**PLAKATE, POSTKARTEN,
WEBSITE, FAHRGAST-TV &
TERMINALS**



**1.650 SERVICE-ERLEBNISSE
IN 4 MONATEN**