



So erstellte KLM Royal Dutch Airlines dank Kunden-Insights eine App, die die Fans lieben.



DIE HERAUSFORDERUNG

Optimierung der Mobile Experience

Die Neuentwicklung einer App ist recht zeitaufwändig. Und die Arbeit beginnt erst richtig, wenn ein Minimally Viable Product (MVP) freigegeben wurde, Benutzer anfangen, Feedback zu senden und Sie mit Beanstandungen konfrontiert sind.

Laut Stijn Banner, Produktmanager für den Mobilbereich bei KLM Royal Dutch Airlines, arbeitete sein Team zwei Jahre lang an der ersten Iteration der Mobil-App der Fluggesellschaft. Als das MVP freigegeben wurde, waren die Rezensionen aber durchwachsen, und manche Kritik war sehr negativ. Die erste Iteration der Mobil-App stellte eindeutig nicht die Experience bereit, die das Team angestrebt hatte. KLM musste für Verbesserungen mehr darüber in Erfahrung bringen, was der App den Kunden zufolge fehlte. Das Entwicklungsteam musste auch eine Möglichkeit finden, um Programmfehler zu finden, die sich negativ auf die Customer Experience auswirkten. Letztendlich benötigte es eine Plattform, mit der detailliertes Feedback erfasst und entsprechend gehandelt werden konnte, um aus ihrem MVP ein MLP (Minimum Lovable Product) zu machen.

„Wir entwickeln nicht einfach nur eine App für unsere Produkteigentümer, sondern vielmehr eine App für unsere Kunden. Mit GetFeedback können wir die Stimme der Kunden erfassen und nachvollziehen, wo und wie wir noch Verbesserungen vornehmen können. Dies bietet uns die Möglichkeit, die Akzeptanz der App insgesamt und die Zufriedenheit damit zu erhöhen.“

Stijn Banner, Product Manager Mobile, KLM Royal Dutch Airlines

4,2

App-Store-Bewertung,
Steigerung von
ursprünglich
2,8 bei der Einführung

100.000

aktive tägliche Benutzer
der KLM-App

30

mehr
Sitzplatzreservierungen
pro Tag

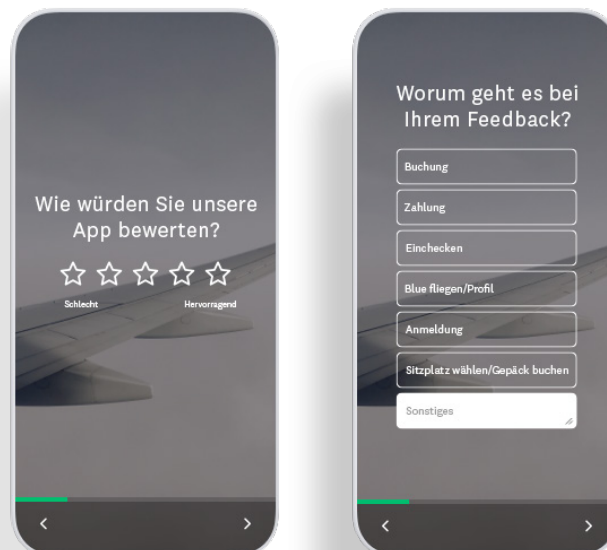
DIE LÖSUNG

Die Stimme der Kunden für sich nutzen

Dabei war es von grundlegender Bedeutung, Feedback zu erfassen und dann entsprechend zu handeln. Weil die erste Version der App bereits live geschaltet worden war, musste das Entwicklungsteam Updates so schnell wie möglich implementieren. Detaillierte Erkenntnisse waren ebenfalls sehr wichtig, obgleich die Analyse der Informationen auf Muster ohne Unterstützung durch eine Plattform sehr schwierig wäre. Banner und sein Team fanden die benötigten Funktionen in GetFeedback.

KLM integrierte GetFeedback in der Mobil-App, um die Stimme der Kunden zu erfassen und von Benutzern der App in Echtzeit zu lernen. Banner zufolge verwendet das Team sowohl quantitatives wie auch qualitatives Feedback, um eine ganzheitliche Sicht der Customer Experience zu erhalten. Quantitative Erkenntnisse zeigen, wie die App genutzt wird, das qualitative Feedback hebt die Gründe hervor. GetFeedback erfasst auch demografische Daten der App-Benutzer, wodurch KLM Features und Updates basierend auf den Kundenanforderungen priorisieren kann. Bereits frühzeitig in diesem Prozess konnte das Team drei häufige Anforderungen der Benutzer ermitteln: Buchung von Flügen mit mehreren Zielorten, rückwirkende Beanspruchung von Meilen und integrierte Informationen für den Status während des Fluges, anstatt zurück zur KLM-Website geleitet zu werden. Das Entwicklungsteam konnte die App mit diesen Features aktualisieren, was dazu führte, dass sie viel mehr benutzt wird.

Durch die Integration von GetFeedback in die KLM-App wird das Entwicklungsteam viel agiler und flexibler und kann Programmfehler schnell beheben. Das KLM-Kundenserviceteam hatte beispielsweise erfahren, dass Kunden ihre Sitzplätze nicht immer in der App ändern konnten, die Basisursache dafür war aber zunächst unklar. Mithilfe von Erkenntnissen aus GetFeedback konnte das Entwicklungsteam das Problem rückverfolgen: Benutzer mit Silber- und Gold-Status waren nicht in der Lage, ihre Sitzplätze auf innereuropäischen Flügen zu ändern. Es wurde schnell eine Lösung implementiert, welche die Ursache des Problems behob.



Organisation:
KLM Royal Dutch Airlines

Strategisches Ziel:
Optimierung der Mobile
Experience der App und der
Kundenstimmung

Lösung:
GetFeedback

Erfolgsfaktoren:

- Steigerung der App-Nutzung durch den Kundenstamm des Unternehmens
- Verstärkte Kundenzufriedenheit und bessere App-Bewertungen
- Erhöhter Umsatz und mehr Sitzplatzreservierungen

„Wenn die App ein tolles Service-Tool für unsere Vielflieger ist, werden Benutzer immer wieder zurückkehren, um ihre Flüge zu buchen oder Zusatzleistungen zu erwerben, was sich wieder direkt auf den Umsatz auswirkt. Durch die Erfassung von Feedback hat uns GetFeedback in die Lage versetzt, unsere App zu verbessern und den Umsatz zu steigern.“

Stijn Banner, Product Manager Mobile, KLM Royal Dutch Airlines

DIE ERGEBNISSE

Eine liebenswertere App-Experience

Seit der Integration von GetFeedback ist KLM laut Banner genau mit dem Kundenstamm abgestimmt und besser in der Lage, das Erlebnis kontinuierlich zu verbessern. Als die App ursprünglich eingeführt wurde, führten die vielen negativen Rezensionen zu einer Bewertung von 2,8 Sternen. Inzwischen wurde die KLM-App millionenfach für iOS und Android heruntergeladen und ist jetzt vor allem durch die Erkenntnisse aus GetFeedback mit 4,2 Sternen bewertet. Täglich greifen mehr als 100.000 aktive Benutzer auf die App zu, um einen Flug zu buchen, einzuchecken, eine Bordkarte abzurufen, einen Sitzplatz zu reservieren, für ein zusätzliches Gepäckstück zu bezahlen und die neuesten Informationen zum Flugstatus zu erhalten. Nachdem der Programmfehler bezüglich der Sitzplatzauswahl behoben war, konnte KLM eine sofortige Steigerung der Sitzplatzreservierungen um ca. 30 pro Tag verzeichnen.

Dank der Erkenntnisse aus GetFeedback weiß die Fluggesellschaft jetzt, dass 70 % der App-Benutzer geschäftlich und 30 % in den Urlaub reisen. Durchschnittlich fliegen die App-Benutzer 8 bis 12 Mal pro Jahr. KLM möchte diesen VIP-Benutzern völlige Kontrolle über ihre Erfahrung bieten, wenn es darauf ankommt. Die Zufriedenheit mit der App stetig zu verfolgen unterstützt das Entwicklungsteam bei der schnellen Entwicklung und Implementierung von Lösungen. Feedback ist dabei für Projekte von zentraler Bedeutung, egal in welcher Phase der Entwicklungsprozesses sie sich befinden.