

Warum AktivBo?

Und nicht allgemeine Befragungstools
und -unternehmen

AktivBo





Warum AktivBo?

Eine Grundlage für ein besseres Management schaffen, Setzen von Prioritäten vereinfachen und Investitionen tätigen, die Kund*innen wirklich wollen? Interne Prozesse verschlanken und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit steigern? Follow-up zu externen Auftragnehmern? Leerstände und kostenintensive Umbauten vermeiden? Schwung und Verbindlichkeit in die Organisation bringen und auf gesetzte Qualitätsziele hinarbeiten?

Für Immobilienunternehmen hat es viele Vorteile kundenorientiert zu arbeiten und Kundenfeedback zu nutzen, um das Service- und Qualitätsniveau zu erhöhen. Aber wo fängt man an? Und welche Unterstützung sollte man wählen?

Zwischen all den kreativen Websites, Buzzwords und ausgefeilten PowerPoints der verschiedenen Unternehmen kann es auf den ersten Blick schwierig sein, zu entscheiden, wer und was das Richtige für Sie ist. Zunächst sollte man sich die Frage stellen, welche Ergebnisse man sich wünscht. Bei AktivBo werden wir oft gefragt: "Was unterscheidet Sie von anderen Anbietern solcher Dienstleistungen?" Tatsächlich liegt die Antwort bereits in der Frage.

Unsere Arbeit besteht darin, ein Partner bei der Verbesserungsarbeit unserer Kund*innen zu sein, kein Lieferant. AktivBo wurde nicht gegründet, um Befragungen durchzuführen oder Statistiken zu erstellen, sondern um Veränderungen herbeizuführen. Die Immobilienbranche dazu zu bringen, sich nicht nur auf die Immobilien zu konzentrieren – sondern auch auf die Menschen, die darin leben und arbeiten. Basierend auf unserem "Warum" wurden unser "Wie" und "Was" so konzipiert, dass sie den größten Einfluss auf Immobilienunternehmen haben.

Branchenspezifische Dienstleistungen und Produkte

Die Methode, Produkte und Dienstleistungen von AktivBo werden unter dem Konzept der Tenant Experience zusammengefasst. Customer Experience, exklusiv für die Immobilienbranche. Mit über 30 Jahren Erfahrung sind wir Expert*innen und Spezialist*innen für die Unterstützung verschiedener Arten von Immobilienunternehmen und -managern bei ihrer Arbeit mit Kundenzufriedenheit. Bei unserer Arbeit geht es nicht darum, eine Zahl im Geschäftsbericht zu liefern (obwohl das auch gut ist), sondern darum, eine Grundlage zu schaffen, die Ihre gesamte Organisation einbezieht. Ein Partner, der mit Ihnen zusammenarbeitet, der Ihnen hilft, Ihre Ziele zu erreichen. Mit anderen Worten: Wenn wir als allgemeiner Anbieter von Befragungen wahrgenommen werden, haben wir versagt.

Der entscheidende Unterschied zwischen AktivBo und anderen Unternehmen, die Umfrage- und Plattformdienstleistungen anbieten, besteht darin, dass alle unsere Dienstleistungen und Produkte vollständig zusammen mit und für Immobilienunternehmen konzipiert sind. Unser ganzer Fokus liegt darauf, unser Angebot ständig zu verbessern, damit unsere Kund*innen, die Immobilienunternehmen, das Beste aus dem Feedback der Mieter*innen herausholen können. Allgemeine Befragungstools, Forschungsunternehmen oder Unternehmen, die mit Change Management arbeiten, haben diese Möglichkeit nicht. Sie müssen sicherstellen, dass ihr Angebot für alle Arten von Unternehmen und Branchen geeignet ist. Dies erschwert die Entwicklung spezifischer branchenspezifischer Dienstleistungen. Die Fähigkeit, vertikal zu investieren, wird auch für zukünftige KI-Dienste von entscheidender Bedeutung sein, bei denen branchenspezifische Daten für die Wertschöpfung von zentraler Bedeutung sind (mehr dazu am Ende des Textes).



Ohne die Mitarbeiter*innen geht es nicht...

Es kommt nicht selten vor, dass Immobilienunternehmen zu uns kommen und sagen: "Wir führen Kundenbefragungen durch, aber es gibt keinen direkten Fokus darauf und die Organisation arbeitet nicht viel damit".

*Wir sind uns dem bewusst und haben selbst Kund*innen verloren, bei denen wir nicht genug getan haben, um sicherzustellen, dass ihre Organisation an Bord ist.*

Es müssen die richtigen Fragen gestellt und die Antworten so präsentiert werden, dass es einfach ist, Maßnahmen zu ergreifen. Allerdings liefern keine Befragungen und keine Plattformen (auch nicht unsere...) Ergebnisse, ohne dass die Organisation mit an Bord ist. Die gesamte Methode und Philosophie von AktivBo basiert auf der Schaffung von Engagement und Antrieb bei der Arbeit an der Kundenzufriedenheit. Unsere Dienstleistungen und Produkte sind so konzipiert, dass jeder in der Organisation in der Lage ist, die von ihnen gesammelten Antworten zu verstehen und sich darauf zu beziehen. Um Mitarbeiter*innen vereinen zu können, muss das Wissen darüber vorhanden sein, was ein gutes Ergebnis und was ein weniger gutes Ergebnis ist, was die Ziele sind und wie man sie erreicht.

Wir glauben auch, dass diejenigen, die am nächsten an den Kund*innen arbeiten, am wichtigsten sind, wenn es darum geht, die Kundenzufriedenheit zu steigern. Mit anderen Worten: Es reicht nicht aus, dass sich der CEO oder ein Analyst mit den Performance-Analysen beschäftigt und Prioritäten setzt, sondern der beste Effekt wird erzielt, wenn möglichst viele Personen operativ mit dem Feedback der Mieter*innen arbeiten. Auf diese Weise entsteht ein Bekenntnis zu den gemeinsamen Zielen, woraus der Wunsch entsteht, "ihre" Ergebnisse für den Arbeitsbereich oder "ihre" Immobilien zu steigern.

Durch internes Benchmarking können Sie dann voneinander lernen und Best Practice schaffen. Dies, kombiniert mit klaren und erreichbaren Zielen, schafft eine treibende Kraft und ein Engagement, das garantiert zu zufriedeneren Mieter*innen, Mitarbeiter*innen und Eigentümer*innen führt.



01.

Plattform

AktivBo Analytics wurde entwickelt, um einen optimalen Workflow für Immobilienunternehmen zu schaffen. Ein großer Vorteil der ausschließlichen Tätigkeit in einer Branche besteht darin, dass die Plattformentwicklung die Prozesse, Daten oder Informationen berücksichtigen kann, die für ein bestimmtes Immobilienunternehmen kritisch sind. Als wir AktivBo Analytics entwickelten, haben wir dies gemeinsam mit unseren Kund*innen getan, um die Bedürfnisse sowohl kleinerer als auch größerer Unternehmen zu erfassen. Um branchenspezifische Dienstleistungen zu entwickeln, ist es notwendig zu verstehen, wie ein Wohnungsunternehmen oder gewerblicher Verwalter mit Governance arbeitet, unabhängig davon, ob es um Management, Kundenservice oder Kommunikation geht, und wie sich die Prozesse zwischen verschiedenen Unternehmenstypen unterscheiden können.

Aus Nutzersicht konnten wir daher die verschiedenen Teile der Plattform an die Arbeitsweise von Immobilienunternehmen anpassen, um verschiedene Verbesserungsbereiche zu priorisieren. Auf diese Weise ist es einfach und bequem zu erkennen, was zu tun ist und welche Probleme priorisiert werden sollten.



Beispiele für branchenspezifische Dienstleistungen in AktivBo Analytics



Unterstützt die Verfolgung der Kundenreise

AktivBo Analytics wurde entwickelt, um die Nachverfolgung der Customer Journey für Immobilienunternehmen zu unterstützen – in Echtzeit. Das bedeutet beispielsweise, dass Sie alle Ihre Umfragen in der gleichen Ansicht analysieren und Themen frei zwischen ihnen gruppieren können. Dies ist von entscheidender Bedeutung, wenn die Marketing- oder Kommunikationsabteilung alle Themen im Zusammenhang mit Information, PR und Marketing erfassen möchte, unabhängig von Abteilung, Jahr oder Umfrage.



Workflow für die Immobilienbranche

Das Dashboard ist für alle Bereiche eines Immobilienunternehmens anpassbar und kann auf die Organisationsstruktur, die Rollen, die Geografie oder die Schwerpunktbereiche zugeschnitten werden. Dies hilft zum Beispiel einem Hausverwalter, der nur seine Immobilien sehen möchte, oder dem Kundenservice, der nur die Probleme sehen möchte, die sich auf seine Abteilung beziehen.



Geografische Analyse

Wir haben viel Mühe in die Entwicklung der geographischen Analyse von digitalen Kartenansichten gesteckt. Für ein Immobilienunternehmen ist die Gebietsübersicht außerordentlich zentral und Sie möchten in der Lage sein, Ergebnisse für verschiedene naheliegende Immobilien und Gebiete leicht zu sehen und zu vergleichen. Das hilft zum Beispiel bei Sicherheitsaspekten, bei denen deutlich wird, wie man mit gewissen Straßen und Stadtvierteln arbeiten muss.



Firmenangepasste Filter

Aufschlüsselungen, oder sogenannte "Filter", sind eine der am meisten geschätzten Dienstleistungen in AktivBo Analytics. Die Möglichkeit, die Ebenen, auf denen Sie Ihre Daten sehen möchten, anzupassen, bietet nicht nur tiefgreifende Analysemöglichkeiten bis auf die Hauseingangsebene, sondern unterstützt auch das Management by Objectives. Zum Beispiel haben sich viele unserer Kund*innen persönliche Ziele gesetzt, die manchmal mit Boni verbunden sind, die auf der Plattform auf unterschiedliche Weise leicht zu verfolgen sind.



Fullservice und Selbstservice

Basierend auf dem Verständnis, wie die verschiedenen Schnittstellen eines Immobilienunternehmens zu seinen Kund*innen aussehen und welche Bedeutung sie für das gesamte Kundenerlebnis haben, entwerfen wir Dienstleistungen zur Steigerung der Effizienz. Für geplante und wiederkehrende Prozesse und Interaktionen mit Mieter*innen ist es am besten, standardisierte und automatisierte Kundenbefragungen durchzuführen. Zum Beispiel für Ein- und Auszug, Störungsmeldung und Kundenservice. Für andere, eher ungeplante Initiativen oder Maßnahmen haben wir AktivBo Create entwickelt – ein Umfragetool in Analytics, das es Immobilienunternehmen ermöglicht, selbst Befragungen zu erstellen und zu versenden. Basierend auf unseren Erfahrungen haben wir zusätzlich Vorlagen und Fragenmodule erstellt, sowie eine Fragendatenbank, die nach und nach von allen Nutzern aufgebaut wird und ein zukünftiges Benchmarking ermöglicht.

02.

Benchmarking

Wir sind Experten darin, Daten und wertvolles Kundenfeedback in umsetzbare Erkenntnisse umzuwandeln. Dabei spielt das branchenspezifische Benchmarking eine wichtige Rolle. Was ist ein gutes Ergebnis? Was ist ein weniger gutes Ergebnis? Wie stehen wir heute? Was sind unsere Ziele und wie kommen wir dorthin? Mit relevantem und branchenspezifischem Benchmarking erhalten Sie wichtige Antworten. Mit anderen Worten: Es ist entscheidend, nicht "Äpfel mit Birnen" sondern Unternehmen, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen oder gleiche Bedingungen haben, zu vergleichen.

Dank unserer riesigen Datenbank können wir Benchmarks in vielen verschiedenen Bereichen und auf unterschiedlichen Ebenen bereitstellen. Das bedeutet, dass wir viele verschiedene Schwerpunkte in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft mit Informationen, Statistiken und Daten unterstützen können, die bei der Entscheidungsfindung helfen. Wir bieten maßgeschneidertes Benchmarking auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene. Auch sind die Vergleiche auf allen Ebenen (Indizes, Subindizes, Fragen, Unternehmensgröße, Rechtsform usw.) aufschlüsselbar.

Benchmarking ist außerdem ein wichtiger Bestandteil unserer Veränderungs- und Verbesserungsarbeit und wird genutzt, um Best Practice, Engagement und Dynamik zu schaffen. Die von uns durchgeführten Benchmark-Events konzentrieren sich nicht nur auf die Meinung der*die Mieter*in, sondern treiben die Immobilienunternehmen und die gesamte Branche an, sich verbessern zu wollen. Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Anstrengungen, die im täglichen Management unternommen werden, sichtbar zu machen.



03.

3. Befragungen

Die Befragungsmethode von AktivBo basiert auf dem "Prinzip der Demokratie" bei dem alle Mieter*innen eine Stimme haben. Eine hohe Rücklaufquote ist von großem Wert. Nicht nur, weil dies Engagement sowohl von den Kund*innen als auch von der Organisation zeigt, sondern vor allem, weil es den Mitarbeiter*innen ein klares Ergebnis für ihre jeweiligen Immobilien gibt. Sie können sicher sein, dass "ihre" Mieter*innen vertreten sind und zu Wort gekommen sind.

Es geht nicht darum, ob Sie Fragen und Umfragen versenden können oder wie oft Sie dies tun. Es geht darum, die richtigen Fragen auf die richtige Art und Weise zu stellen und die Antworten so zu präsentieren, dass die gesamte Organisation sie aufnehmen kann. Alle Umfrageunternehmen können Umfragen durchführen und es gibt auch eine Reihe von kostenlosen Tools, um Umfragen selbst zu erstellen und zu versenden. Die Methode von AktivBo, die Art und Weise, wie wir Fragen stellen, die Antwortskala, die Struktur der Befragungen und die Art und Weise, wie die Antworten der Mieter*innen präsentiert werden, basieren vollständig auf dem Bestreben, die besten Ergebnisse für Wohnungs- und Immobilienunternehmen zu erzielen.

Natürlich sollten Sie es vermeiden, Suggestivfragen zu stellen, aber noch wichtiger ist, dass sich die Mieter*innen selbst mit den Fragen identifizieren können. Es kann sogar wichtig sein, Fragen zu stellen, die für den Vermieter oder Immobilienbesitzer nicht von großer Relevanz sind, aber für den Kund*innen wichtig sind und so zu Engagement und erhöhten Rücklaufquoten auf andere Fragen führen. Zum Beispiel ist es notwendig, mit allgemeinen Fragen zur Zufriedenheit zu beginnen, damit der Befragte direkt zielgerichtet in den Fragebogen einsteigt und die gesamte Umfrage ausfüllt.

Es ist kein Zufall, dass AktivBo eine deutlich höhere Rücklaufquote aufweist als alle anderen Unternehmen, die Kundenbefragungen in der Immobilienbranche durchführen. Die durchschnittliche Rücklaufquote für 2023 liegt bei 41,1%*, und im Folgenden haben wir einige Gründe aufgeführt, warum wir erfolgreich sind.



*bezieht sich auf Deutschland 2023 für Customer ScoreCard – Wohnen



Kundenkommunikation

Eine Mieterbefragung ist keine Marktbefragung in dem Sinne, in der es darum geht, jemanden dazu zu bringen, mehr zu kaufen. Vielmehr ist es eine Möglichkeit, Einfluss auf das eigene Zuhause oder den Arbeitsplatz und damit auch auf die allgemeine Lebensqualität zu nehmen. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, den Wert der Teilnahme an den Umfragen zu kommunizieren. Indem Sie den Wert des Feedbacks erklären und erläutern, warum die Fragen gestellt werden, schaffen Sie die Bereitschaft, an der Umfrage teilzunehmen. Ebenso zentral für die Steigerung der Rücklaufquote ist es, nach der Durchführung einer Umfrage Feedback zu geben, sich für die Teilnahme zu bedanken und mitzuteilen welche Maßnahmen wann geplant sind.



Befragungsdesign

Eine saubere und aufgeräumte Umfrage mit einer benutzerfreundlichen Oberfläche ist natürlich wichtig, sollte aber als Hygienefaktor angesehen werden. Was die Umfragen von AktivBo jedoch von vielen anderen Unternehmen unterscheidet, ist die Struktur. Zum Beispiel ist es verlockend, zuerst die "wichtigsten" Fragen für das Immobilienunternehmen zu stellen, aber der Befragte muss auf die richtige Art und Weise in die Umfrage einsteigen dürfen. Das bedeutet, dass einige anfängliche Fragen, - mitunter solche sind, die am schwierigsten zu verbessern sind - aufgenommen werden müssen, weil sie für den Mieter*innen am wichtigsten sind.



Formulierung der Frage

Es klingt zwar einfach, Suggestivfragen zu vermeiden, aber dies ist ein Fehler, den zu viele Menschen machen, selbst professionelle Unternehmen. Die Fragen müssen neutral, richtig formuliert, klar und leicht verständlich sein.



Antwortskala

Wir bieten je nach Art der Umfrage und einzelner Frage unterschiedliche Antwortskalen ein. Dazu gehören zum Beispiel Kundenzufriedenheitsindex (CSI), NPS, Fünf- und Zehn-Punkte-Skalen. Es ist jedoch die Ordinalskala 4 + 2 von AktivBo, die die Grundlage unserer Methode bildet und auch die Antwortskala ist, die mit Abstand die höchste Rücklaufquote liefert. Warum ist das so?

Sie müssen Fragen so stellen, dass die Mieter*innen verstehen, was Sie erfahren möchten und damit sie auf eine Weise antworten können, die ihre eigenen Erfahrungen widerspiegeln. Bei der Konzeption der Methode von AktivBo wurden in den Mieterbefragungen unterschiedliche Skalen getestet. Ein wichtiger Unterschied zu vielen anderen akzeptierten Skalen ist, dass die mittlere Alternative vermieden wurde, sodass man sich aktiv entscheiden muss, dass man "nicht Stellung beziehen will". Dies motiviert den Befragten, über seine Antwort nachzudenken und nicht nur routinemäßig ein Kreuz in die Mitte zu setzen. Das bedeutet auch, dass man als Mieter*in eher dazu geneigt ist, Freitextantworten zu schreiben und mit eigenen Worten zu begründen, warum so geantwortet wurde (siehe unten). Es wurde festgestellt, dass dieser Ansatz die Rücklaufquote im Vergleich zu anderen Alternativen signifikant erhöht.



Freitextantworten

Den Mieter*innen die Möglichkeit zu geben, sich mit den eigenen Worten zu äußern und Feedback zu geben, ist ein zentraler Bestandteil unserer Befragungsmethode. In unseren Befragungen bieten wir daher ausgiebige Möglichkeiten, Freitextantworten geben zu können. Dies wird von rund 80 Prozent aller Befragten genutzt. Oft ist es notwendig, tiefer hinter den Zahlen zu graben, die Kommentare erleichtern das Verständnis der Wahlantworten und tragen wesentlich dazu bei, dass konkrete Maßnahmen an der richtigen Stelle ergriffen werden. Die Mieter*innen begründen einfach ihre Häkchen und beschreiben, warum sie so antworten, wie sie es tun. Gleichzeitig stellt es eine Qualitätssicherung dar, bei der die Wahlantworten validiert werden und ein Bild davon vermitteln, ob die Befragten die Fragen verstanden haben. All dies macht die schriftlichen Kommentare zu einer sehr wertvollen Grundlage für Verbesserungen.

Bei der Entwicklung von KI-basierten Diensten wurde ein großer Wert auf die Freitextantworten gelegt, da man die Essenz großer Textmengen blitzschnell sowohl klassifizieren als auch extrahieren kann. Die Technologie ermöglicht es auch, automatische Verbesserungsvorschläge zu erhalten, die auf den eigenen Worten der Mieter*innen basieren, mit Zeit- und Kostenschätzungen für jede Maßnahme. Mit KI-basierten Analysen werden offene Fragen wie "Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie?" noch wichtiger als zuvor. Wenn Sie die Mieter*innen selbst zu Wort kommen lassen, was Sie als Vermieter ihrer Meinung nach priorisieren sollten, erhalten Sie die zuverlässigsten Antworten (im Vergleich zu z. B. Regressionsanalysen).

Damit alle Mitarbeiter*innen von Immobilienunternehmen die Freitextantworten der Mieter*innen bei den Verbesserungsarbeiten nutzen können, haben wir einen Service entwickelt, den wir "Klartext" nennen. Eine Datenschutzmaßnahme, die bedeutet, dass alle personenbezogenen Daten aus den Antworten entfernt werden, damit die betroffenen Personen mit dem Material arbeiten können, ohne persönliche Angriffe zu riskieren.



Befragungskanäle

Wir optimieren kontinuierlich die Möglichkeiten für Mieter*innen, auf dem gewünschten Antwortkanal reagieren zu können. Das umfasst alles von SMS und E-Mails bis hin zu postalischen Umfragen. Wir gehen auch Partnerschaften mit anderen führenden Akteuren der Immobilienbranche in der Kundenkommunikation ein, wodurch sich Immobilien- und Mieter-Apps als natürlicher Kanal herauskristallisiert haben. Die Dienste von AktivBo lassen sich einfach integrieren und fungieren als "In-App"-Dienst.

[Klicken Sie hier, um unsere verschiedenen Kanäle zu sehen](#)



Verwaltung von Erstversand und Erinnerungen

Aufgrund unserer dreißigjährigen Erfahrung bei der Durchführung von Umfragen in der Immobilienbranche haben wir gelernt, wann und wie man Mieter befragt. Wir verfolgen und überwachen die Reaktionen der Mieter*innen kontinuierlich und können durch detaillierte Analysen unsere Sendungen optimieren, um die Rücklaufquote zu erhöhen.

04.

Implementierung

Es gibt Anbieter, die sich um alle Ihre Anforderungen kümmern, vom persönlichen Kennenlorgespräch über das Projektmanagement, Mailings, Erinnerungen bis hin zur Ergebnisanalyse. Das sichert (hoffentlich) die Qualität und ermöglicht es Ihnen als Immobilienunternehmen, sich auf die richtigen Dinge zu konzentrieren. Einige Unternehmen ziehen es vor, ihren gesamten Erhebungs- und Datenbedarf selbst zu verwalten und sich für eines der vielen verschiedenen Umfragetools zu entscheiden, die auf dem Markt erhältlich sind. Flexibel, agil mit reduzierten Durchlaufzeiten (und Beratungskosten). Der Hauptgrund, warum Immobilienunternehmen alle Umfragen selbst verwalten wollen, ist, dass sie Geld sparen wollen, auch wenn die interne Zeit, die dafür aufgewendet werden muss, oft die anfänglichen Kosteneinsparungen auffrisst. Um dies auf die richtige Art und Weise tun zu können, braucht es auch Kompetenz in der Befragungsmethodik.

Mit AktivBo müssen Sie sich nicht entscheiden. Wir kümmern uns um alle Befragungen, die von einem externen Partner abgewickelt werden sollen. Gleichzeitig geben wir Ihnen die Möglichkeit, eigene Umfragen zu erstellen und zu ergänzen, wo dies am sinnvollsten ist.

Die Verwaltung von Befragten, Datenbereinigung, Onboarding, optimiertes Mailing- und Erinnerungsmanagement und vieles mehr... Wir kümmern uns um alles. Unsere engagierten und erfahrenen Kundenservice-Teams bieten Ihnen umfassenden Service und Unterstützung bei allem, was mit Ihren Umfragen zu tun hat. Wir wagen zu glauben, dass ein wichtiger Grund, warum viele unserer Kundenbeziehungen seit über 10 Jahren bestehen, die Tatsache ist dass wir den gesamten Prozess für unsere Kund*innen vereinfachen und sicherstellen, dass alle notwendigen Elemente mit höchster Qualität behandelt werden.

Zusätzlich zu den Befragungen, die wir bei AktivBo anbieten, gibt es in AktivBo Analytics ein eingebautes Umfragetool, mit dem Sie Fragen formulieren und Umfragen nach Ihren Wünschen erstellen können. Außerdem kümmern Sie sich um die gesamte Verwaltung von Mailings und Erinnerungen. Der Service ist eine hervorragende Ergänzung zu den planbaren und standardisierten Befragungen. Für die meisten Kontaktpunkte in der Customer Journey ist es am effizientesten, automatische Mailings über eine Integration zwischen dem System von AktivBo und Ihrem Immobiliensystem zu erstellen. Für kleinere und ungeplantere Mailings, zum Beispiel für spezielle Fragen zu bestimmten Initiativen, ist [AktivBo Create](#) perfekt. Wir haben den Service so entwickelt, dass der gesamte Forschungsbedarf in ein und derselben Plattform abgewickelt werden kann. Ganz einfach, ein Ökosystem. Auf diese Weise können Sie die Ergebnisse in den gleichen Ansichten analysieren, sowohl die Umfragen, die AktivBo bearbeitet, als auch Ihren eigenen.

Viele Immobilienunternehmen verfügen über parallele Systeme und Plattformen, auf denen verschiedene Abteilungen Kundendaten isoliert voneinander analysieren. Es war eine Herausforderung, die wir lösen wollten, indem wir ein Befragungstool in AktivBo Analytics integrierten. Wenn sich alle Daten auf derselben Plattform befinden, können verschiedene Abteilungen leichter von allen gesammelten Daten profitieren. Dies spart sowohl Zeit als auch Geld und bietet gleichzeitig tiefere Einblicke in das Verständnis der Kund*innen und ihrer Bedürfnisse.

05.

Unterstützung bei der Verbesserung

Wir unterstützen viele Immobilienunternehmen dabei, "es möglich zu machen". Dies kann von Leistungsanalysen, Präsentationen, der Teilnahme an Kickoffs bis hin zu längeren Change-Management-Einsätzen reichen, bei denen wir von Anfang bis Ende bei der Implementierung einer kundenorientierten Arbeitsweise an Ihrer Seite stehen. Es ist wichtig, den Mieter*innen die Möglichkeit zu geben, Einfluss zu nehmen. Doch wenn es in der Organisation keinen Antrieb oder Willen gibt, Verbesserungen vorzunehmen, werden sich die Ergebnisse nicht von selbst verbessern. Unsere Projektmanager und Kundenteams stellen sicher, dass die Organisation mit an Bord ist und Engagement für die Kundenzufriedenheit schafft. Oft geht es darum, dass jeder versteht, warum es wichtig ist, für den Vermieter und die einzelnen Mitarbeiter*innen.

Neun von zehn Mitarbeiter*innen eines Immobilienunternehmens arbeiten in einer kundenbezogenen Rolle. Was wird die Botschaft des Managements an das Unternehmen sein, wenn Sie KEINEN Kundenfokus haben? Indem Sie Ziele für die Kundenzufriedenheit festlegen, messen, nachverfolgen und die Verbesserungsarbeit strukturieren, zeigen Sie den Mitarbeiter*innen, dass ihre Arbeit zentral und wichtig ist. Aus Sicht des Employer Brandings ist dies wichtiger als alle anderen berufsbezogenen Benefits zusammen.

Dabei kann es darum gehen, Impulse zu setzen, Managementteams zu vereinen oder Prozesse und Reportings zu unterstützen. Wie stellen Sie sicher, dass Maßnahmen nachverfolgt werden und die Verantwortlichen wissen, was getan wird? Wie setzt man sich vernünftige Ziele und wie sollen diese erreicht werden? Wie viel Verbesserung ist von den geplanten Maßnahmen zu erwarten und was sollte die höchste Priorität haben?

Wir erfinden das Rad nicht neu. Und es sind nicht wir bei AktivBo, die am meisten wissen, sondern Sie, die tatsächlich jeden Tag die Arbeit machen. Deshalb ist Best Practice ein wichtiger Bestandteil unserer Methodik. Durch die Zusammenarbeit mit über 450 Immobilienunternehmen sehen wir täglich viele Beispiele für erfolgreiche Bemühungen und Initiativen. Unsere Aufgabe ist es, dies aufzuzeigen und so anderen Unternehmen in ähnlichen Situationen Zeit und Geld zu sparen. Was auch immer Ihre Bedürfnisse sind, unsere engagierten Kundenteams und Berater können Sie während des gesamten Verbesserungsprozesses unterstützen. Basierend auf unserer kollektiven Branchenerfahrung, zusammen mit dem Know-how über die Organisation und die Herausforderungen Ihres Unternehmens, stellen wir sicher, dass Daten lebendig werden und in kontinuierliche Verbesserungen umgesetzt werden.



Branchenspezifische KI vs. allgemeine KI

In jüngster Zeit wurden enorme Fortschritte in der KI-Technologie gemacht und die meisten Branchen sind auf den Zug aufgesprungen, um neue, effizientere automatisierte Dienste zu schaffen. Gleichzeitig werden die Systeme und neuen Dienste nicht intelligenter sein als die Daten, die wir ihnen zur Verfügung stellen. Neue Technologien beschreiten neue Wege, aber mit vertikalem Wissen wird die Wertschöpfung noch größer. Dank unserer langjährigen Branchenerfahrung und tausender Live-Kundenprojekte können wir leichter erkennen, wo die Herausforderungen liegen. Auf diese Weise nutzen wir unsere Erfahrung und unser Wissen zusammen mit neuen Technologien bei der Entwicklung der nächsten Generation von Dienstleistungen.

Skalierbares Modell mit großem Potenzial für Immobilienunternehmen

Ein konkretes Beispiel dafür, wie wir KI einsetzen, um noch mehr aus dem Feedback der Mieter*innen herauszuholen, ist unsere KI-basierte Textantwortanalyse. Jedes Jahr sammeln wir über 1,2 Millionen Textantworten aus verschiedenen Arten von Umfragen. Die schriftlichen Antworten tragen dazu bei, zu verstehen, welche konkreten Verbesserungen und Prioritäten von den Mieter*innen gewünscht werden, werden aber leider oft nicht vollständig in den Sanierungsarbeiten ausgeschöpft. In Kombination mit den quantitativen Antworten ist dies äußerst leistungsfähig und rationalisiert die Nachverfolgung und Verbesserung der gesamten Customer Journey, was sowohl Mieter*innen als auch Vermietern zugute kommt.

Der KI-Service kann große Mengen an Mieterfeedback effizient und strukturell klassifizieren. Um die Privatsphäre der Mieter*innen zu wahren, wird das Feedback vollständig anonymisiert. Sie werden verschlüsselt übertragen und gespeichert, werden nicht als Trainingsdaten verwendet und nach der Klassifizierung automatisch gelöscht.

Der entwickelte Service ist skalierbar, funktioniert für verschiedene Arten von Prozessen in der Customer Journey eines Immobilienunternehmens und kann Maßnahmen sowohl für Gewerbe – als auch für Wohnungsunternehmen auf herunterbrechbaren Ebenen identifizieren. Basierend auf den schriftlichen Antworten der Mieter*innen werden automatisch Vorschläge für konkrete Verbesserungsmaßnahmen gegeben, die dann nach Geschäftsfeld und Handlungsart kategorisiert werden. Darauf aufbauend werden der Zeit- und Kostenaufwand für die Umsetzung der Maßnahme abgeschätzt. Das bedeutet, dass es zu einem wichtigen Bindeglied zwischen der Analysearbeit und den Aktionsplänen wird, die Kund*innen mit den Antworten der Mieter*innen verknüpfen.

Möchten Sie noch mehr erfahren? Vereinbaren Sie einen Termin, wir treffen Sie gerne!

Deshalb AktivBo!

	Umfragetool	Befragungsunternehmen	AktivBo
Plattform	Fokus auf der reinen Durchführung und Verwaltung von Befragungen.	Allgemeine Gestaltung und Funktionalität um allen Branchen gerecht zu werden.	Maßgeschneidert für die Immobilienbranche mit umfassenden Analysemöglichkeiten.
Benchmarking	Nicht branchenspezifisch.	Kleine Auswahl an branchenspezifischen Benchmarks.	Umfassendes branchenspezifisches Benchmarking für verschiedene Segmente und detaillierte Analysen.
Befragungen	Allgemeine Befragungsvorlagen.	Benutzerdefinierte Vorlagen für verschiedene Branchen.	Maßgeschneiderte Vorlagen: Kundenerlebnis- und ESG-Fragebögen speziell für die Immobilienbranche.
Durchführung	Erstellung und Verwaltung von eigenen Befragungen.	Rundumservice.	Rundumservice + die Möglichkeit, eigene Befragungen zu erstellen und zu verwalten.
Unterstützung bei Verbesserungsmaßnahmen	Nicht branchenspezifisch.	Nicht branchenspezifisch.	Branchenspezifisch.