



ENERGIEMARKT | FORSCHUNG



UNSER|ANSATZ – MOBILITY THINKING



Mobility in
Conception



Mobility in
Design



Mobility in
Performance



Mobility in
Intelligence



**Moving
Insights**

Mobility ist Kennzeichen des technischen und gesellschaftlichen Fortschritts und ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil für Gesellschaften und Unternehmen. Die **digitale Transformation, neue Nachhaltigkeit und geänderte politische Rahmen** bedeutet eine vollständige Transformation und Weiterentwicklung des Bestehenden – mit Verstand und Tatkraft.

Wir halten dies für so wichtig, dass wir **Mobility Thinking** zum **Leitprinzip unseres Denkens und Handelns** gemacht haben. Mobility Thinking heißt zum richtigen Zeitpunkt, mit den richtigen Methoden, bei den richtigen Personen und mit den relevanten Informationen, die Insights zu schaffen, die die besten Entscheidungen ermöglichen.

rc ENERGIEMARKT|FORSCHUNG – IHRE BENEFITS



Fokus Kommunikation

- ✓ Zusammenstellung eines optimalen Mix an Kommunikationskanälen **für eine zielgruppengenaue Ansprache**
- ✓ Identifikation des passenden Kommunikationsstils **für den richtigen Ton**
- ✓ Effektiver Einsatz des Kommunikationsbudgets durch **optimierte Verteilung**

Fokus Image & Marke

- ✓ Ermittlung eindeutiger Markencharakteristik, für eine **Schärfung der eigenen Markenstrategie**
- ✓ **Wachstumspotenzial** durch eine klare Differenzierung vom Wettbewerb identifizieren
- ✓ Erreichung und stetige Kontrolle des **definierten Zielimages**

Fokus Markt & Kunde

- ✓ Stärkung und Professionalisierung des **Markenerlebnisses** entlang der gesamten Customer Journey
- ✓ Effektive Steuerung des Budgets nach Touchpointrelevanz zur **Optimierung der Kundeninteraktion**
- ✓ Erhöhung der Weiterempfehlungsbereitschaft für eine **stärkere Kundenbindung** und mehr Wachstum

Warum rc?



Breites Methoden-Know-how

Individuelle und innovative Studiendesigns - quantitativ wie qualitativ, online wie offline. Passgenau auf Ihre Fragestellungen zugeschnitten. Viel Erfahrung auch mit anspruchsvollen Zielgruppen.



Inhaltliche Expertise

Besondere Expertise im Bereich Versicherungen mit den Schwerpunkten Konzepttests, Marke, Kommunikation und Zielgruppen-Targeting / Segmentierung.



Effizientes Projektmanagement

Flexibilität und geringe Vorlaufzeiten durch zentrale Ansprechpartner, reibungslose Prozesse und verbindliche Timings.

„research & consulting: ein Institut, bei dem der Firmenname tatsächlich Programm ist. Alle Facetten des Research aus einer Hand, wobei ein besonderes Gewicht auf zielorientierte Beratung gelegt wird. Wenn dabei Projekte nicht nur pragmatisch und effizient, sondern äußerst engagiert realisiert werden, entsteht daraus eine verlässliche, langjährige Partnerschaft.“

— Thomas Storbeck, Customer Insights,
Lufthansa German Airlines —

Unsere Stärken, Ihre Benefits



Reporting Excellence

Wir legen höchsten Wert auf ein besonders ansprechendes Reporting und aussagekräftige, fokussierte und handlungsleitende Zusammenfassungen und Empfehlungen.



Hervorragendes Partnernetzwerk

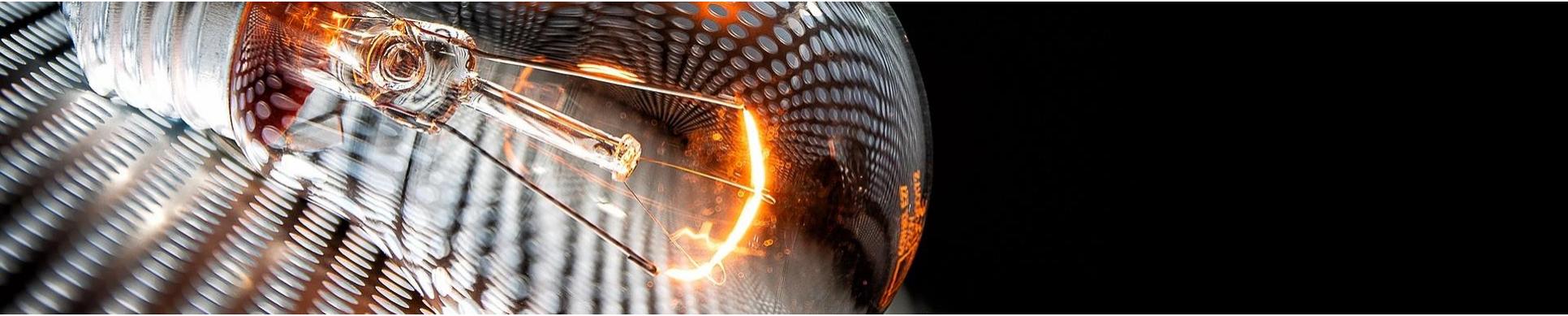
Netzwerk etablierter Partner, die State-of-the-art Lösungen anbieten und mit denen umfangreiche Erfahrungen in der Zusammenarbeit vorliegen.



Höchste Qualität

Service- und Qualitätsorientierung in sämtlichen Projektschritten. Durchgängige Arbeit im 4-Augen Prinzip, nach DIN ISO 20252:2012 sowie gemäß rc-Handbuch zur Qualitätssicherung.

rc ENERGIEMARKT|FORSCHUNG – IHR PARTNER



EIN STARKER PARTNER

Mit rc haben Sie einen Partner an der Hand, der bereits seit der Unternehmensgründung einen **starken Bezug zu den Bereichen Energie und kommunaler Infrastruktur vorweisen kann** und Energieversorger seit 2002 bei verschiedensten strategischen Fragestellungen zu Versorgungsleistungen begleitet und unterstützt.

Wir kennen uns in den relevanten Themenfeldern bestens aus und erstellen Ihnen auf Ihre Fragestellungen **maßgeschneiderte Projekte und Beratung**, die Ihnen eine klare Abwägung der Handlungsalternativen für Ihre Entscheidungsfindung ermöglicht.

Unsere Erfahrung im Bereich der Energiemarktforschung umfasst weitreichende Aufgabenstellungen. [Im Folgenden finden Sie einige typische Aufgabenbereiche und Beispiele.](#)

B2B Customer Experience

KEY OBJECTIVES

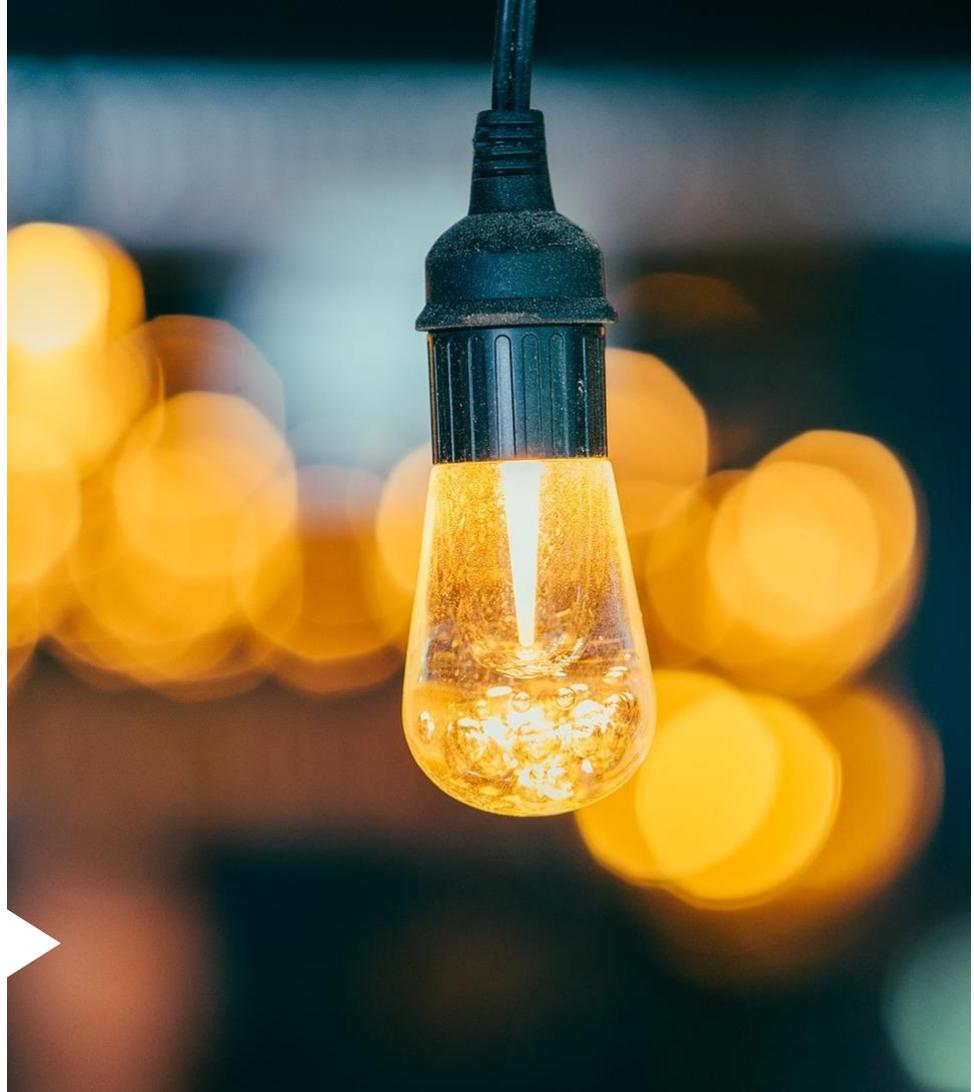
- Bestimmung der Kundenbeziehungsqualität von Stadtwerke-Geschäftskunden
- Untersuchung von Leistungskriterien und Imageaspekten hinsichtlich Relevanz und Zufriedenheit

STUDY DESIGN

- Schriftliche Einladung per Brief mit Link und individuellem Zugangscode
- Durchführung als CAWI-Online-Interviews

BENEFITS

- Ableitung klarer Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Unternehmens-Kommunikation und Priorisierung von Kundenbindungsmaßnahmen
- Entwicklung von Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit





Zukunftsstudie Geschäftskunden

KEY OBJECTIVES

- Ermittlung der zukünftigen zentralen Erwartungen und Bedürfnisse an ein Energieversorgungsunternehmen
- Formulierung von trennscharfen Hypothesen und deren Überführung in erhebungsrelevante Fragen und Erhebungsinhalte

STUDY DESIGN

- Kombiniertes „Quanti/Quali“-Ansatz
- Computer Assisted Telephone Interviews (CATI) mit Entscheidern in Unternehmen und Organisationen
- Telefonischen Tiefeninterviews + Durchführung mehrerer Fokusgruppen

BENEFITS

- Insights für eine proaktive Gestaltung des Produkt- und Serviceangebots für die mittelfristige Zukunft
- Identifizierung klar voneinander unterscheidbarer Kunden-Segmente hinsichtlich Bedürfnissen und Anforderungen

Marken- & Kommunikationstracking

KEY OBJECTIVES

- Messung der Wahrnehmung von Marke und Kommunikation im Wettbewerbskontext
- Bestimmung des Einflusses von Botschaften auf Image und Marke

STUDY DESIGN

- Computer Assisted Telephone Interviews (CATI) mit Entscheidern bzgl. Energieversorgung, Anschaffungen und Serviceleistungen im Haushalt

BENEFITS

- Bestimmung der eigenen Imageposition und die der Marktbegleiter
- Identifikation einer ‚erfolgreichen‘ Markenpositionierung und Bestimmung der Maßnahmen
- Handlungsempfehlungen für Themen, Botschaften und Imagewerte.
- Präsentiert auf internationaler Messe 2017, München





Image & Kundenzufriedenheit

KEY OBJECTIVES

- Messung von Image und Kundenzufriedenheit für einen regionalen Energieversorger
- Analyse und Optimierung von Image, Services & Leistungen

STUDY DESIGN

- Multimodaler Ansatz:
 - Kundenmonitoring über verschiedene Befragungsmodule:
 - CATI
 - CAWI
 - Stationär über Tablet
 - Pop-up auf Website

BENEFITS

- kontinuierliches Tracking und zielführende Optimierung der Services und Leistungen
- Agile Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit

Markenpositionierung und Image

KEY OBJECTIVES

- Imagemessung und Evaluation der Markenpositionierung eines regionalen Energieversorgers
- Bestimmung des Markenterritoriums im Wettbewerbsvergleich

STUDY DESIGN

- CAWI, B2C / B2B
- n = 2.000 Interviews in Kooperation mit einem Online Access Panel

BENEFITS

- Klare Bestimmung des Markenimages und der Markenpositionierung im Wettbewerbsvergleich
- Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Erreichung des angestrebten Markenterritoriums





Werbeposttest

KEY OBJECTIVES

- Messung der Werbewirkung und strukturiertes Feedback zur Kommunikation eines lokalen Energieversorgers
- Evaluation des Markenfits und des Werbeimages

STUDY DESIGN

- Online Erhebung (CAWI) mit Entscheidern über die Energieversorgung in privaten Haushalten ab 18 Jahren

BENEFITS

- Insights zur Werbewirkung durchgeführter Maßnahmen
- Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Kommunikationsmaßnahmen

Bäderbefragung

KEY OBJECTIVES

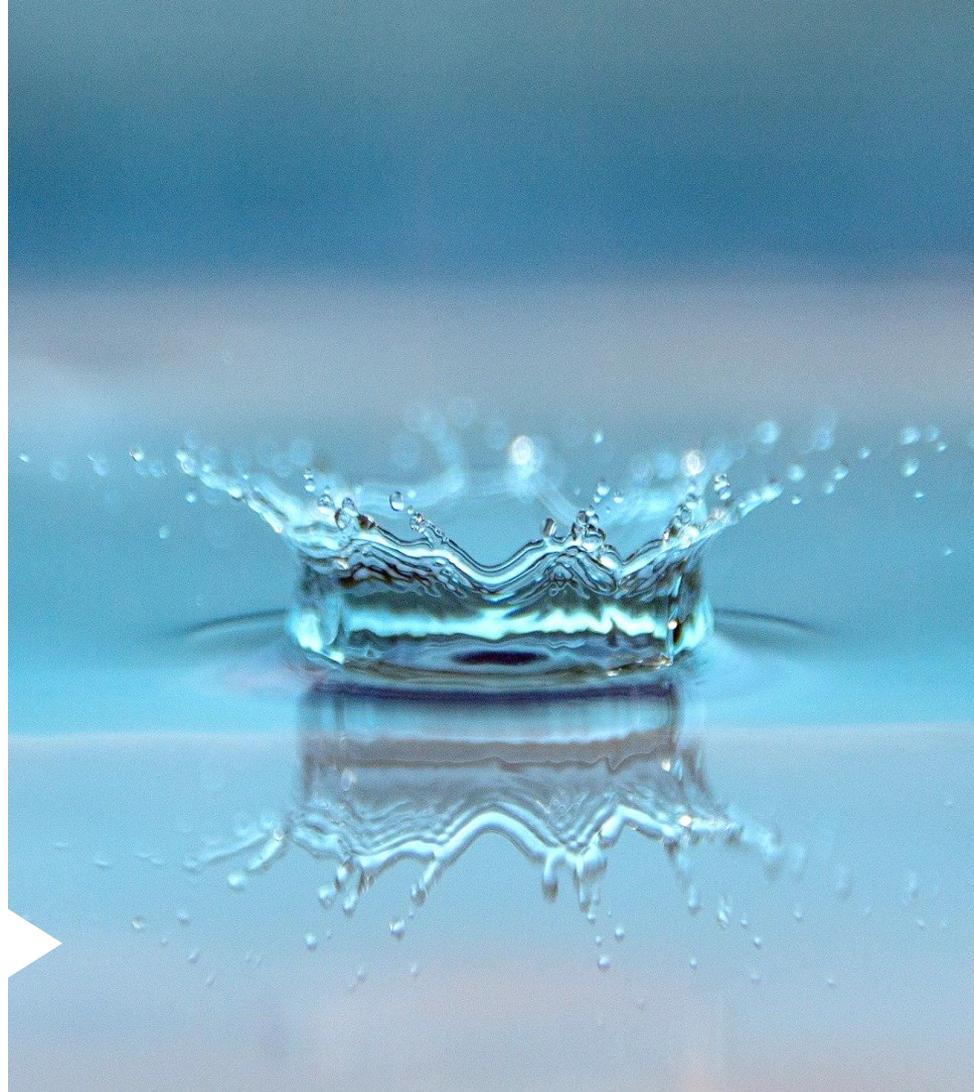
- Evaluation der Nutzungs- und Motivstruktur der Besucher von Frei- und Hallenbädern
- Präferenz von Veränderungsoptionen unter Besuchern
- Bestimmung der Preissensitivität

STUDY DESIGN

- Rekrutierung über Werbung am POI
- Berücksichtigung des Mitarbeiterfeedbacks

BENEFITS

- Maßnahmenplanung anhand der Präferenzen der Gäste
- Neugestaltung der Öffnungszeiten
- Entwicklung eines neuen Tarifsystems



UNSERE REFERENZEN (AUSWAHL)

ENERGIE



neu.SW Mein Stadtwerk®



KOMMUNALE INFRASTRUKTUR



TOURISMUS & VERKEHR



Lufthansa



Für weitere und genauere Informationen zu Referenzen sprechen Sie uns gerne an.

Aus Gründen der Vertraulichkeit listen wir unsere Kunden in der Regel nicht in Kombination mit spezifischen Studien auf. Bei Bedarf bieten wir jedoch gerne an, Kontakte zu Ansprechpartnern bei unseren Kunden zu vermitteln, sodass Sie sich direkt mit ihnen austauschen können.



ANSPRECHPARTNER BEI RC FÜR ENERGIEMARKT|**FORSCHUNG**



INGO DAMMASCH

+49 521 55 777 123

ingo.dammasch@r-c-online.com

- Research; seit 2012 bei rc
- Master of Arts Soziologie mit Schwerpunkt empirische Sozialforschung
- Schwerpunkte: Kombination qualitativer und quantitativer Methoden, Segmentierungen
- leitet bei rc Projekte unter anderem aus den Bereichen Energie, Touristik und Healthcare



DIRK HELMOLD

+49 521 55 777 110

dirk.helmold@r-c-online.com

- Geschäftsführer
- rc 2002 mit seiner Frau gegründet
- Breites Methodenrepertoire
- Schwerpunkte: Kommunikations-, Konzept- und Beziehungsforschung
- betreut seit Jahren national wie international namhafte Unternehmen insbesondere in den Bereichen Energiewirtschaft, IT/TK, Reise und Touristik



MOBILITY TH!NKING

Katrin Brüggemann-Helmold

Geschäftsführung

Telefon: +49 521 557 771-12

E-Mail: katrin.brueggemann@r-c-online.com

Dirk Helmold

Geschäftsführung

Telefon: +49 521 557 771-10

E-Mail: dirk.helmold@r-c-online.com

Ingo Sander

Geschäftsführung

Telefon: +49 521 557 771-11

E-Mail: ingo.sander@r-c-online.com

www.r-c-online.com

rc - research & consulting GmbH
Mauerstraße 8
33602 Bielefeld

