

Case Study

KONTEXTUELLES KUNDENFEEDBACK ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Torqueedo setzt auf kontextuelles Kundenfeedback –
und verwandelt mit Hilfe von **QuestionPro CX** blinde Flecken im digitalen Kaufprozess in
konkrete Verbesserungen.



Ausgangslage

Torqueedo verfügte über umfangreiche Web-Analytics-Daten – doch diese zeigten nur Symptome: wo Nutzer abbrachen, nicht warum. Gerade beim komplexen Systemkauf (Motor, Batterie, Kabel, Montage) und im After-Sales fehlten die echten Beweggründe.

Im Rahmen dieses Interview mit QuestionPro berichtete Florian – zuständig für den digitalen Kaufprozess bei Torqeedo – wie das Unternehmen den Schritt von reaktiver Datenanalyse zu kontextuellem Echtzeit-Feedback vollzog.

Über Torqeedo:

Branche: Marine / Elektroantriebe

Hauptsitz: Wessling, Deutschland

Produkte: Elektromotorantriebe 0,7–200 kW

Website: torqeedo.com

Torqeedo ist eine weltweit führende Marke für elektrische Bootsantriebe und steht für Innovation, Nachhaltigkeit und Leistung auf dem Wasser.



Herausforderung

Torqueedo kannte seine Engpässe – aber nicht deren Ursachen.

Fehlende Tiefe im Checkout

Analytics zeigten Drop-offs – aber nicht, ob Versandkosten, fehlende ETA oder unklare Gebühren den Abbruch verursachten.

Kompatibilitätsfragen auf Produktseiten

Seitenaufrufe und Scroll-Tiefe sagten nichts darüber aus, welche Detail-Information – Reverse, Solar-Laden, Kabelmatrix – den Systemkauf blockierte.

Registrierung als Conversion-Killer

Formularabbrüche nach dem Kauf waren messbar. Der Grund (Cookie/Consent-Gates, nicht wählbare Händler auf iOS/Mac) blieb verborgen.

Ersatzteile: Suche ≠ Sicherheit

Kunden fanden Teile nicht zuverlässig. Explosionszeichnungen und Modelljahr-Filter fehlten – klassische Metriken zeigten nur Suchen, keine Frustration.



Ansatz: Kontext vor Volumen

Torqueedo startete bewusst einfach: Statt komplexer Trigger-Logik wurde eine kurze, einheitliche Always-on-Umfrage auf allen Seiten eingeblendet. Ergänzt durch eine CSAT-Frage auf der Bestellbestätigungsseite entstand ein schlankes, aber präzises Feedback-System direkt im Entscheidungsmoment.

So wurde es umgesetzt:

- **Problemgetrieben starten:** Hotspots aus Support und Analytics identifiziert - Hypothesen abgeleitet (z. B. Checkout-Abbruch durch unklare Zusatzkosten).
- **Minimal-invasives Setup:** Gleiche kurze Umfrage auf allen Seiten - niedrige Einstiegshürde, breites Signal.
- **Fragedesign kurz, klar, kontextual:** Wenige Items je Intercept (Auswahlfeld + Freitext) - kein Erinnerungsbias, präzises Warum im Nutzungskontext.
- **QuestionPro als Plattform:** Intercept-Umfragen, kontextuelles Targeting und strukturierte Auswertung ermöglichten eine direkte Überführung in Content-, Checkout- und Service-Tickets.



3+ Sofortmaßnahmen umgesetzt

4 strukturelle Fixes priorisiert

2-3 Kontextfragen je Intercept



Ergebnisse auf einen Blick

Erkenntnisse

Das kontextuelle Feedback lieferte Einsichten, die Analytics allein nie hätten sichtbar machen können:

- **Registrierung blockiert durch Consent:**

Cookie-Gates verhinderten den Abschluss der Produkt-/Garantieregistrierung – besonders auf iOS/iPad/Safari. Ein kritischer Bruch im Ownership-Erlebnis, der sofort priorisiert wurde.

- **Ersatzteil-Kauf = Sicherheitsbedürfnis:**

Kunden suchten nicht nur Teile – sie wollten Fehlkäufe vermeiden. Explosionszeichnungen, Modelljahr-Filter und klare Kompatibilitätshinweise wurden zu konkreten Entwicklungsaufgaben.

- **Mikro-Informationen kippen Kaufentscheidungen:**

Fragen zu Reverse-Funktion, Solar-Laden, Gewicht und Kabelmatrizen tauchten wiederholt auf – das Fehlen dieser Details bremste die Conversion trotz positiver Seitenmetriken.

- **Lokalisierung und Händlerpflege beeinflussen**

- Vertrauen:**

Nicht-gepflegte Händlerlisten und englischsprachige Inhalte trotz deutschem Interface beeinträchtigten die Markenbindung

**Kontext schlägt Volumen. Zwei kurze Fragen
im Moment der Entscheidung haben uns
präziser zu wirksamen Maßnahmen geführt
als jede klassische Nachbefragung.**

Florian,
Digital Customer Experience @ Torqeedo

Nächste Schritte

Torqueedo überführt die gewonnenen Erkenntnisse in ein verbindliches Customer-Experience-Steuerungssystem – mit einem gemeinsamen Leit-KPI für Customer & Dealer Experience, klaren Zielkorridoren bis 2030 und quartalsweisen Management-Reviews.

Die drei Handlungsebenen:

- **Haltung:** CX als strategische Priorität verankern – messbar, verantwortlich, verbindlich.
- **Prozesse:** Einheitliches Betriebsmodell für Messung, Reporting und Eskalation etablieren.
- **Touchpoints:** Fokus auf die Hebel mit größtem Effekt – Service & Ersatzteile, Durchlaufzeiten, Kommunikation – flankiert durch externe Bewertungsplattformen als Spiegel der Außenwahrnehmung.



Über QuestionPro

QuestionPro ist eine Enterprise-Feedback-Management-Plattform, die seit zwei Jahrzehnten kontinuierlich und eng an den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden in den Bereichen Erlebnismanagement, Marktforschung und wissenschaftliche Forschung entwickelt wird. Mit mehr als 4 Millionen Kunden in über 100 Ländern ist QuestionPro eine der meistgenutzten und beliebtesten Umfrage- und Analyselösungen der Welt. Unsere Hauptgeschäftsfelder sind Marktforschung, Customer Experience und Employee Experience.

Überblick über die Lösungen von QuestionPro:

- Customer Experience Lösung
- Journey Management
- AI Insights
- Market Research Lösung
- Online Community
- Consulting + Full Service
- Weltweites Panel (22 Mio)
- Employee Experience Lösung



 QuestionPro x  TORQUEEDO