



Daikin, Weltmarktführer für Heiz-, Lüftungs- und Klimatisierungstechnik, verfolgt ein Ziel: Die perfekte Symbiose aus erstklassiger Produktqualität und einer lückenlosen Experience – vom ersten Architektenentwurf bis zum After-Sales-Service.



Challenge 1

Fehlender
Endkundenkontakt

Challenge 2

Vielschichtige
Zielgruppen

Lösung

Customer Experience Lösung

Über Daikin

weltweit führender Hersteller von Heizungs-, Klimatisierungs-, Lüftungs- und Kältetechnik

<https://www.daikin.com/>



Das Klima-Ökosystem der Zukunft Wie ein Weltmarktführer die „Black Box“ des indirekten Vertriebs mit 360° Insights entschlüsselte

Daikin Industries steht seit 1924 für Innovation in der Kälte- und Klimatechnik. Doch trotz eines Jahresumsatzes von über 28,98 Milliarden Euro und einer globalen Präsenz stand das Unternehmen vor einer strategischen Hürde: dem „blinden Fleck“ im Vertrieb. Da Daikin seine hochwertigen Lösungen primär über ein engmaschiges Netz aus Fachpartnern vertreibt, endete der direkte Informationsfluss oft an der Ladenschwelle des Handwerksbetriebs.

Die Challenge: Komplexität als Chance

Die Herausforderung war vielschichtig: Es galt nicht nur, die Zufriedenheit der Endkunden in 11 Ländern und Sprachen zu messen, sondern das gesamte Geflecht aus Stakeholdern zu verstehen. Ein konsequent indirekter Vertrieb bedeutet oft, die Kontrolle über das Kundenerlebnis am Point of Sale abzugeben. Daikin wollte jedoch wissen, was Architekten bei der Planung, Designer bei der Ästhetik und B2B-Kunden beim Service wirklich bewegt. Das Ziel war klar: Den indirekten Vertriebsweg von einer passiven Lieferkette in eine aktive, datengesteuerte Experience-Reise zu verwandeln.

Die Transformation: Das 360° Feedback-Ökosystem

In Zusammenarbeit mit QuestionPro entwickelte Daikin ein holistisches System, das weit über einfache Kundenzufriedenheitsbefragungen hinausgeht. Daikin nutzt heute die gesamte Klaviatur moderner Feedback-Technologie, um jeden Berührungspunkt der Journey – vom Reißbrett bis zur Wartung – messbar zu machen.

Dank QuestionPro haben wir die ‚Black Box‘ zwischen Hersteller, Fachpartner und Endkunde aufgelöst. Wir steuern heute aktiv die gesamte Journey – von der ersten Inspiration im Flagship-Store bis zur langfristigen Bindung durch unseren Service.

Marlene Laviolette

Manager Customer Experience



Die Architekten der Experience: B2B & Planung

Den Anfang machen die Designer & Architect Satisfaction Analysen. Hier setzt Daikin an, bevor das erste Produkt überhaupt verbaut wird. Durch gezieltes Feedback von Fachplanern stellt Daikin sicher, dass die technologischen Anforderungen und ästhetischen Ansprüche der Visionäre erfüllt werden. Im Daikin Flagship Store wird dieses Erlebnis durch Retail Analytics und Feedback-Terminals ergänzt, um das Verhalten und die Bedürfnisse der Besucher in Echtzeit zu verstehen.

Qualitätssicherung am Point of Sale

Um das Markenversprechen auch bei externen Partnern abzusichern, setzt Daikin auf Mystery Shopping. Diese objektiven Qualitätschecks stellen sicher, dass die Beratungskompetenz vor Ort dem Premium-Anspruch der Marke entspricht. Ergänzt wird dies durch die Partner Satisfaction Befragungen: Daikin begreift seine Fachpartner nicht nur als Abnehmer, sondern als Kunden. Nur wenn die Partner zufrieden sind und die Unterstützung erhalten, die sie benötigen, können sie Daikin-Produkte optimal vermarkten.

Der Kreis schließt sich: Endkunde und Service

Um die Brücke zum Endverbraucher final zu schlagen, nutzt Daikin jeden Touchpoint. Das Garantieprogramm "Stand by me" dient als genialer Ankerpunkt: Über QR-Codes auf den Garantiekarten gelangen Kunden direkt nach der Installation zur Customer Satisfaction Befragung. Den finalen Qualitätssiegel setzt die Service Quality Survey (NPS). Jede Wartung und jeder Service-Einsatz wird evaluiert, um eine kontinuierliche operative Exzellenz zu garantieren.

Der Kreis schließt sich: Endkunde und Service

Dank der zentralisierten Datenstrategie gewinnt Daikin monatlich über 200 vollständig ausgefüllte Feedbacks. Diese Daten fließen in das integrierte Dashboard, welches ein präzises Benchmarking zwischen Regionen und Partnern ermöglicht.

Daikin hat bewiesen, dass ein indirektes Vertriebsmodell kein Hindernis für Kundennähe sein muss. Durch die Kombination aus Demographics, B2B-Analysen und Echtzeit-Feedback am POS hat Daikin ein gläsernes Ökosystem geschaffen. Heute agiert das Unternehmen nicht mehr auf Basis von Vermutungen, sondern auf Basis harter Fakten – für ein Klima, das nicht nur technisch, sondern auch menschlich überzeugt.

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

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.



Mehr erfahren www.questionpro.com/de