



PORSCHE

Customer Relations @ Porsche AG

Im Rahmen der AI Capstone Challenge 2022

TU Darmstadt

06.05.2022

Katharina Kohlhaas, Porsche AG



Mission



"Am Anfang schaute ich mich um, konnte aber den Wagen, von dem ich träumte, nicht finden. Also beschloss ich, ihn mir selbst zu bauen."

Ferry Porsche

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG – Der Vorstand



Oliver Blume
Vorstandsvorsitzender



Michael Steiner
Forschung & Entwicklung



Detlev von Platen
Vertrieb & Marketing



Barbara Frenkel
Beschaffung



Andreas Haffner
Personal- & Sozialwesen



Albrecht Reimold
Produktion & Logistik



Lutz Meschke
Stellv. VV, Finanzen & IT

Der Porsche Aftersales verantwortet das

Weltweite Vertriebsnetz

15 Tochtergesellschaften

4 Regionalbüros

In 128 Märkten weltweit vertreten

📍 Tochtergesellschaft/Regionalbüro

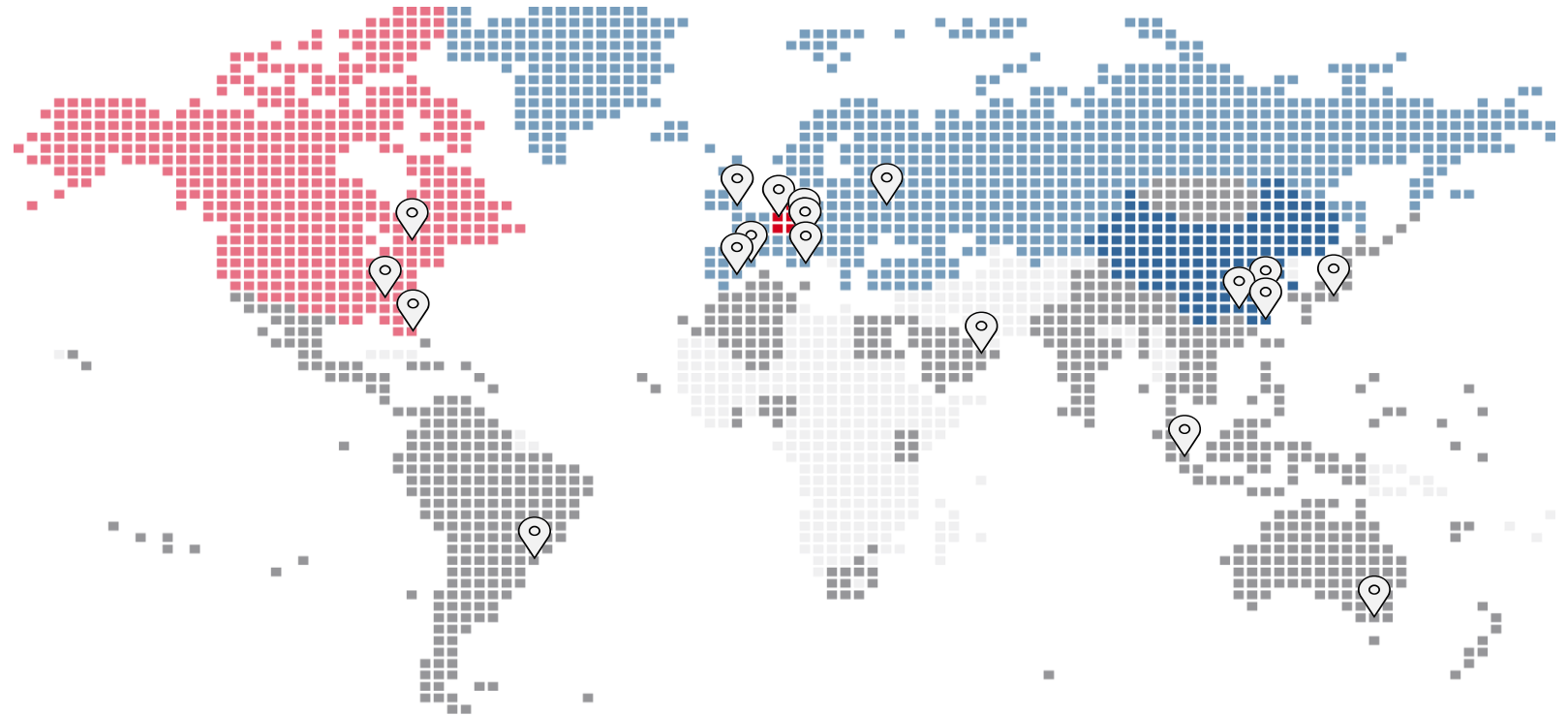
■ V1 - Region Deutschland

■ V2 - Region Nordamerika

■ V3 - Region China

■ V4 - Region Europa

■ V5 - Region Übersee und Wachstumsmärkte



WHAT WE DO AT VAC

and how this adds value for Porsche.

What we do

VAC 1 |

- Management of **global customer goodwill** budget
- Providing transparency on **customer complaints** and **satisfaction**
- Designing **digital service journeys** via My Porsche After Sales

VAC 2 |

- Handles **escalated customer-specific cases**
- Steadily **supports markets** and the **dealer** organization

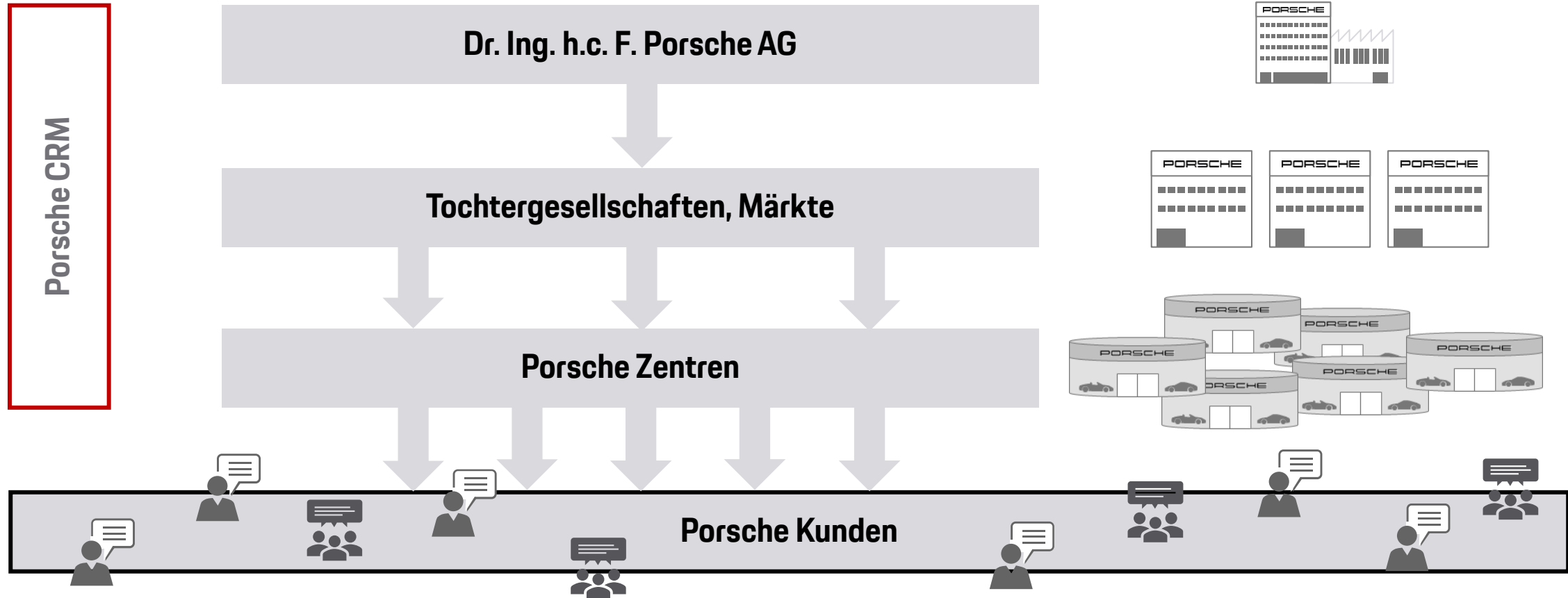
VAC 3 |

- Management and improvement of **Customer Support**
- **Direct steering of CIC EU Hub** from PAG side – in **close collaboration** with **stakeholders**
- **Integration of new services**, especially Smart Mobility and eCommerce

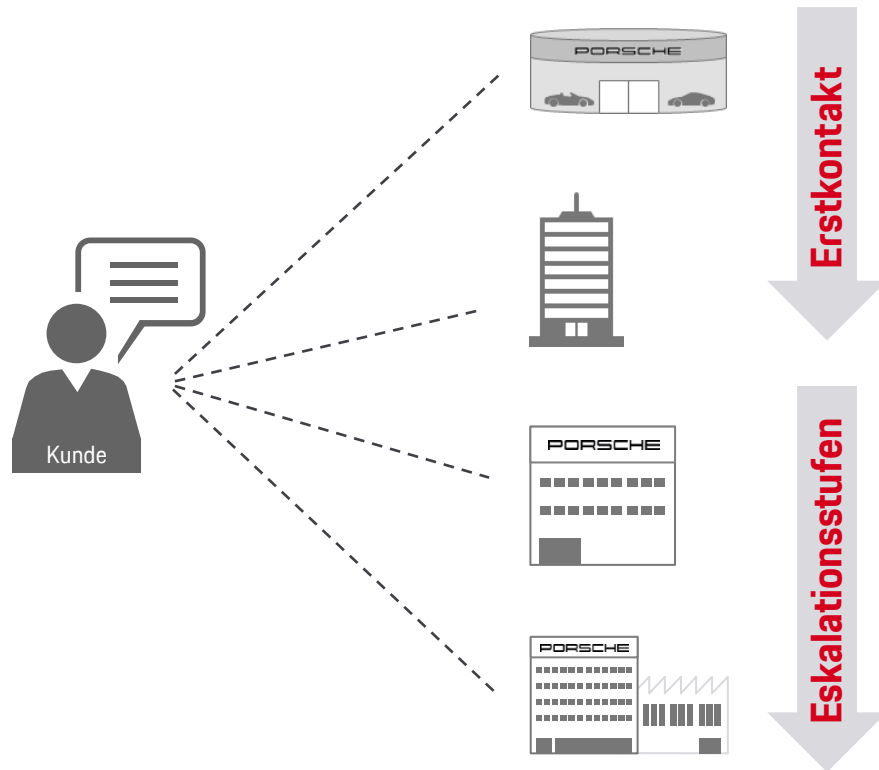
Our contribution to Porsche

- Support **direct sales & service models**
- Support **new & smart mobility concepts**
- Operate **customer excitement measures**
- **Enable markets & dealers** in serving customers the best way possible
- **Handle complex complaints** to secure the positive brand image
- We design **Customer Interaction** mechanics

Das Porsche CRM verbindet die verschiedenen Ebenen der Vertriebsorganisation



Erster Kontaktpunkt im Beschwerdefall ist in der Regel der Händler, nur im Eskalationsfall werden weitere Porsche Stakeholder involviert

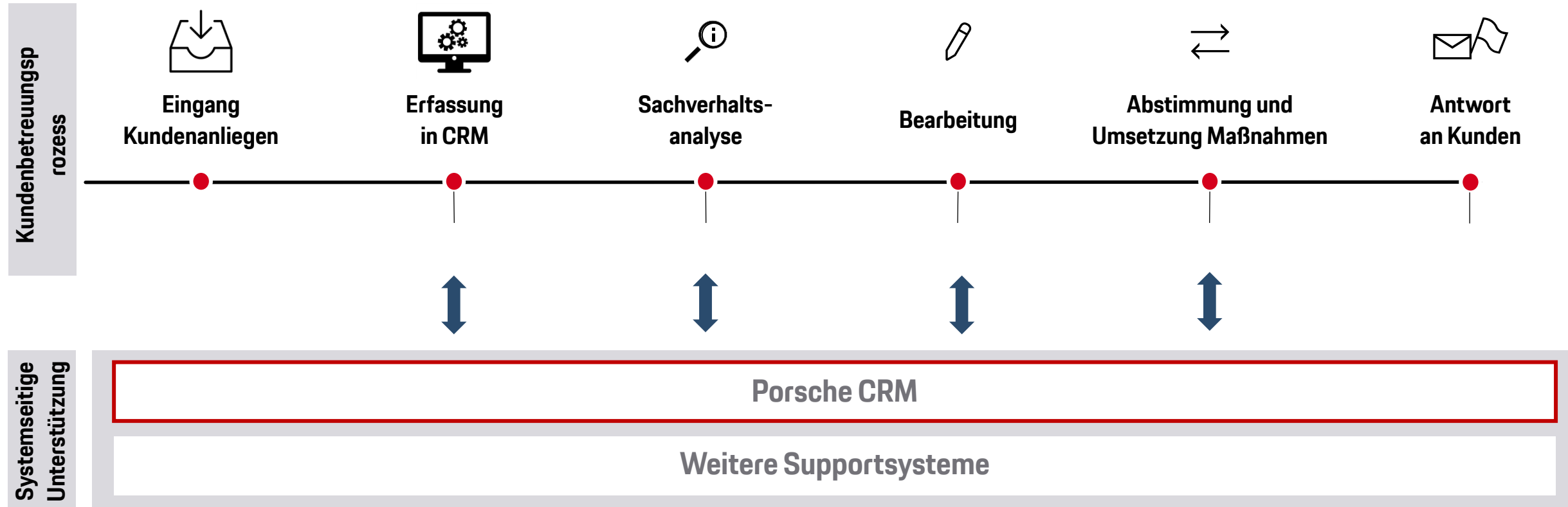


Beschwerde-Kanäle & Customer Touchpoints

- Das **Porsche Zentrum** ist der **erste Ansprechpartner für den Kunden**. Im besten Fall kann das Porsche Zentrum das Anliegen des Kunden koordinieren und lösen¹.
- Das **Interaction Center** ist ein **weiterer Ansprechpartner** für den Kunden.
- Hier können **Anliegen jeder Art** platziert werden. Über ein Anfrage- / Beschwerdeticket wird bei Bedarf die weitere **Bearbeitung durch die verantwortliche Instanz initiiert**.
- Als **erste Eskalationsstufe** steht der **Markt/Importeur** dem Porsche Zentrum und dem Kunden bei der Lösung des Kundenanliegens zur Seite.
- Hierbei kann auch über **geeignete Kundenkulanzz-Maßnahmen** entschieden werden.
- In einer **weiteren Eskalationsstufe** wird oftmals auch die **PAG (z.B. Vorstand, höheres Management)** von Kunden involviert. Die Bearbeitung dieser Fälle wird von **VAC** übernommen, und eine Lösung in Zusammenarbeit mit relevanten Fachbereichen, dem Markt/Importeur und dem Händler gesucht.

¹ Das Porsche Zentrum löst die meisten Beschwerden mit dem Kunden bilateral. Eine Dokumentation in C@P erfolgt, wenn das Problem auf dieser Ebene nicht mehr lösbar ist.

Die Bearbeitung und Dokumentation von Kundenbeschwerden erfolgt im Porsche CRM und situativ mithilfe weiterer Systeme



Die Kundenbetreuung fungiert als Sensor und reichert bestehende, überwiegend technische Informationen um die Kundenperspektive und –wahrnehmung an



- Garantie- und Gewährleistungsfälle
- Technische Kulanz
- Feldanalyse
- SBT Punkte
- ...



TECHNISCHER BLICKWINKEL

Spezifisch und bekannt



- Beschwerde zu Fahrzeugqualität, -technik, -performance,
- Service-/Reparaturbeschwerde
- Allgemeine Anfrage/Anliegen/Feedback
- ...



KUNDENSPEZIFISCHE BETRACHTUNG

Unspezifisch und teilweise nicht bekannt



? Was macht das mit dem Kunden?



? Wie viele Kunden beschwerten sich tatsächlich über die bekannten Themen



- » Relevanz der **Kundenwahrnehmung aufzeigen** und in **konkrete Handlungsfähigkeit innerhalb des Unternehmens** umwandeln
- » **Verknüpfung** mit bekannten, überwiegend **technischen Themen** und dem **Kundenfeedback** sicherstellen
- » Den **technischen Blickwinkel** um die **kundenspezifische Wahrnehmung** anreichern

Katharina Kohlhaas | Data Analyst (Customer Relations)



Studium:

Uni Mannheim | M.A. Political Science (2015)

Uni Mannheim | B.A. Politikwissenschaft (2013)

Beruflicher Werdegang:

02/2021 - heute: Data Analyst, Customer Relations, Porsche AG

08/2018 - 01/2021: Business Analyst, Digital Sales, Porsche AG

11/2015 - 07/2018: Data & Business Analyst, hurra.com

Aktueller Aufgabenbereich:

Übergreifende Koordination VAC Reporting, Zusammenführung & Weiterentwicklung Reporting



Mein Herzblut: Fakten schaffen auf dem Weg zum bestmöglichen Porsche Kundenerlebnis!

Fragen & Antworten

Wie kam ich zu Porsche?

Bewerbungsverfahren

Mein Lieblingsporsche?

Panamera 4S

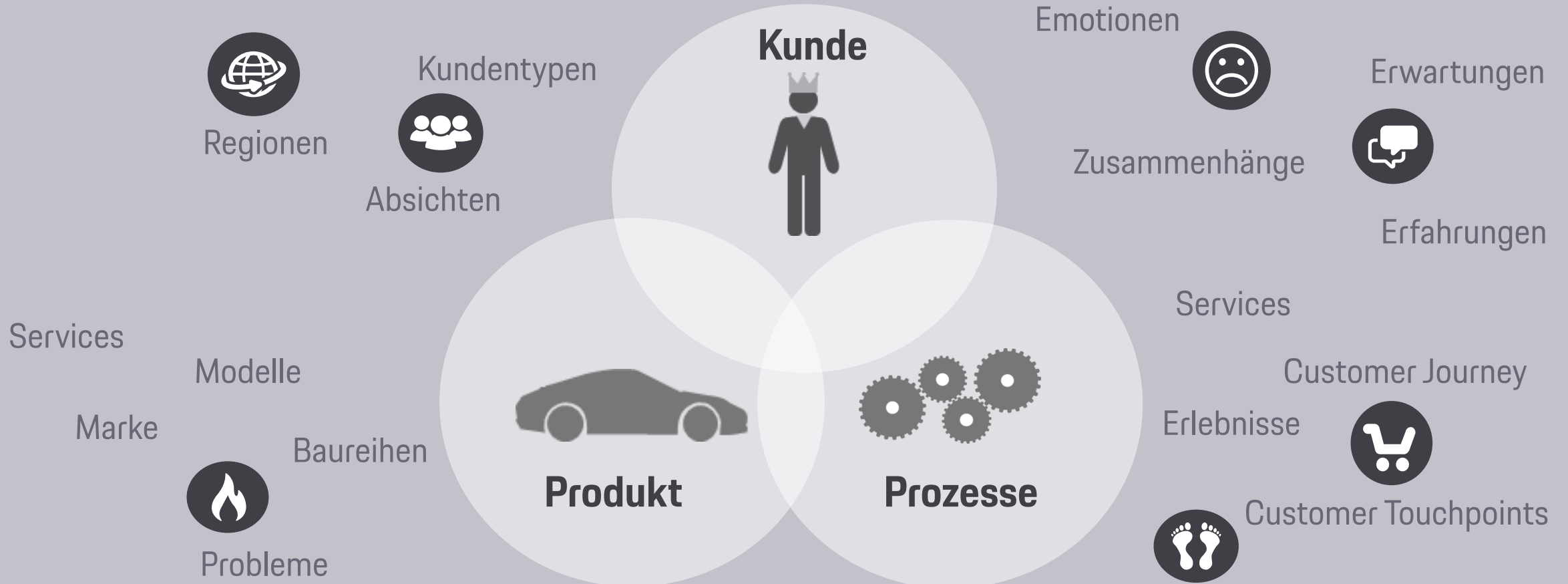
Das beste an Porsche?

Das Herzblut!

Das beste an meiner Arbeit?

Erfahren, was den Kunden bewegt

Was bewegt den Kunden? Das Porsche Beschwerdemanagement beleuchtet die Fragestellung aus drei unterschiedlichen Perspektiven



Eine umfassende Beschwerdeanalyse erfordert die Lösung mehrerer Kernprobleme

Ausgangsbasis

- Manuelle adhoc-Auswertungen (auf Anfrage)
- Bedarfsorientierte Systematik an Beschwerdeschwerpunkten
- Regelreports sind unspezifisch
- **Vorteil:** Datengrundlage in CRM verfügbar

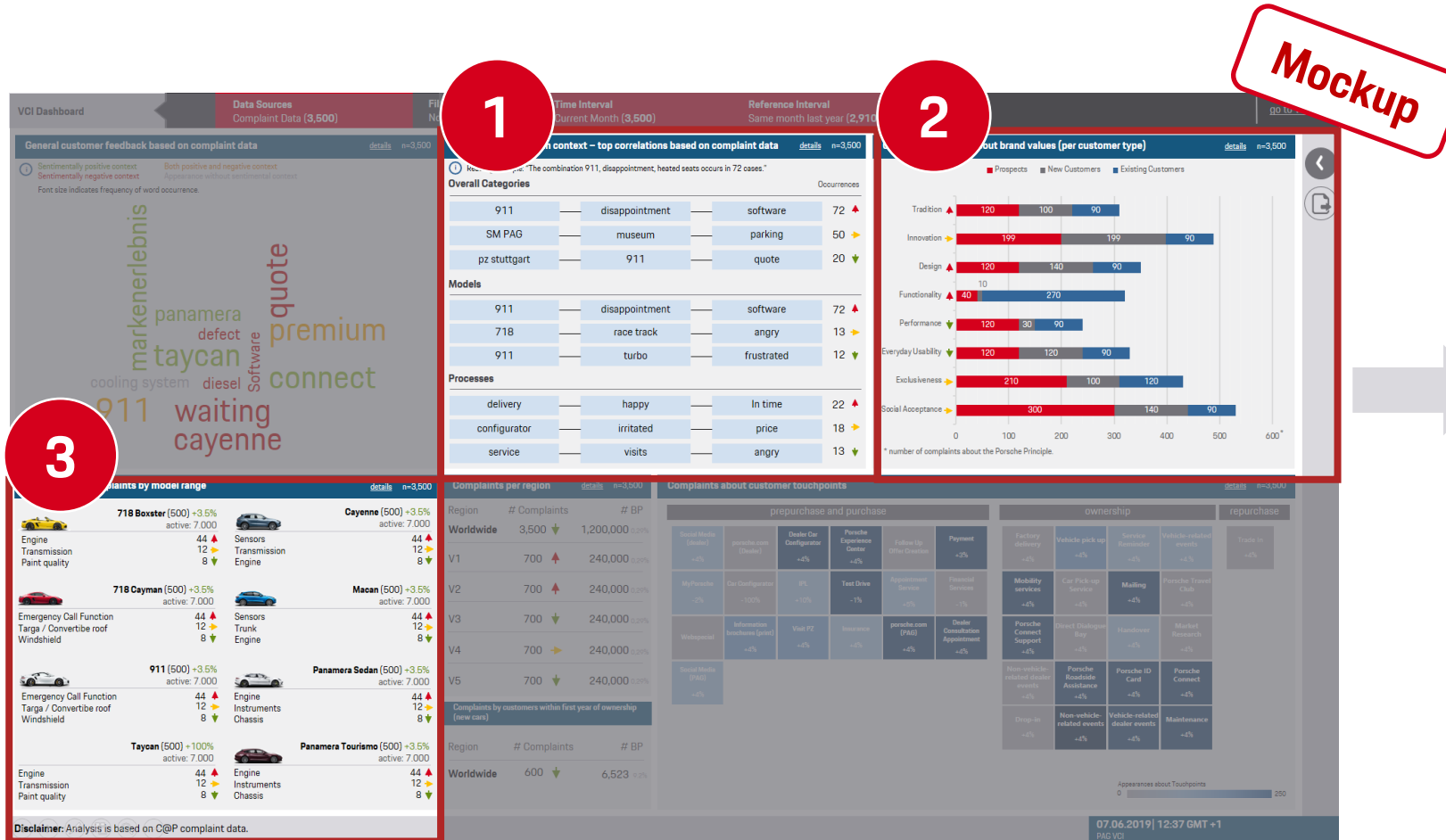
Zielsetzung

- Fokus Kunde: Transparenz über Beschwerdegründe und -auswirkungen
- Information für Kommunikation im Unternehmen
- Ableitung in Optimierungspotenziale für Produkte und Prozesse bei Porsche



Lösung: Projektidee "Qualitative Beschwerdeanalyse" + Proof of Concept (PoC)

Aus einer Projektidee wurden drei Analysemodule gewählt, die mit einem „Proof of Concept“ methodisch verprobt wurden



1 Themenkorrelation

- » Kundenfeedback im Kontext: Trefferermittlung aus verschiedenen Themenkategorien
- » Bildung von Triplets mit den häufigsten vorkommenden Korrelationen von Daten und Begriffen
- » Ziel: Erkennung (neuer) Themenschwerpunkte

2 Brand Values

- » Auswirkungen von Beschwerden auf die Porsche Markenwerte
- » Trefferermittlung anhand von Wörterbüchern (Synonyme/Antonyme)

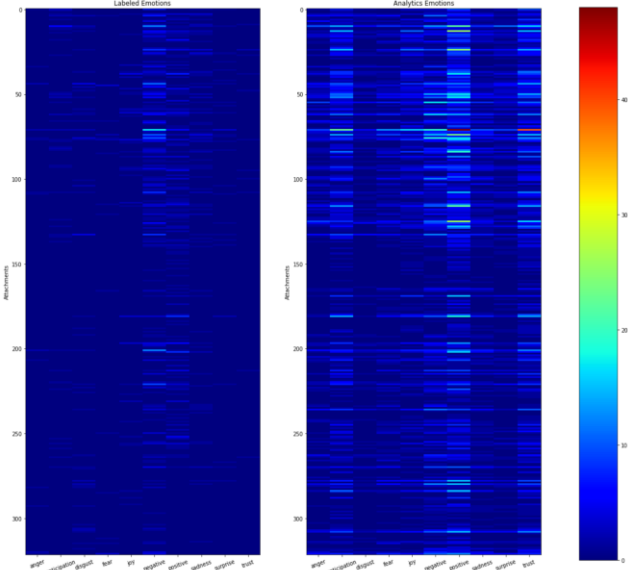
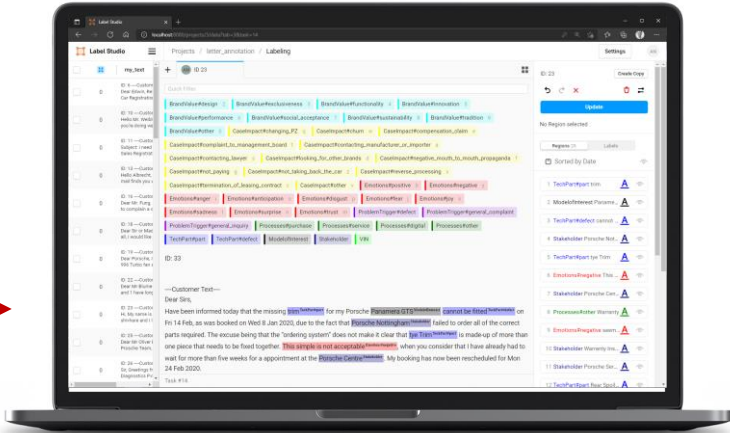
3 Technical Complaints

- » Top-Produktbeschwerden nach Baureihe und Fahrzeugteil
- » Erkennung von Main/Sub Parts & genannten Defekten

Die Validierung hat aufgezeigt, dass technische Themen und Porsche spezifische Prozesse wörterbuchbasiert gut im Modell performen

Kategorie	Subkategorien	Beispiel
Brand Values	design, exclusiveness, functionality, innovation, performance, social acceptance, sustainability, tradition	"I am a Porsche owner for 40 years"
Stakeholders		"Stuttgart Auto Pte Ltd"
Processes	purchase, service, digital, other	"warranty"
Tech Parts	part, defect	"steering wheel", "broken"
Emotions	positive, negative, anger, anticipation, disgust, fear, joy, sadness, surprise, trust	"awful"
Problem Triggers	defect, general	"when it's wet"
Case Impacts	changing PZ, churn, compensation claim, complaint to management board, contacting manufacturer or importer, contacting lawyer, looking for other brands, negative mouth-to-mouth propaganda, not paying, not taking back the car, reverse processing, termination of leasing contract	"You will hear from my lawyer"

	Actually positive (1)	Actually negative (0)
Predicted positive (1)	(TP) 150	(FP) 10
Predicted negative (0)	(FN) 20	(TN) 20



Das Porsche Beschwerdemanagement ist ein wichtiger Sensor der Porsche Produkt- und Servicequalität



01

Ausgangssituation



Umfassende **Datengrundlage** im **Porsche eigenen CRM**

Große Menge an **unstrukturierten Daten**

Hohes **Informationsinteresse** im **Unternehmen** für Beschwerdedaten

02

Potenziale



Insights zu **Produkt- und Servicequalität** aus **Kundensicht**

Informationsgewinnung aus **Text Mining Methoden**

03

Mehrwert: Kundenbegeisterung



Schneller & nachhaltiger Lösungsansatz für Kundenprobleme

Fehler-/Problemschwerpunkte beim Kunden werden **systematisch** erfasst

Kommunikation ins Unternehmen, **Ableitung von Maßnahmen**



AI Capstone Challenge

Die AI Capstone Challenge ist ein wichtiger Teil bei der Weiterentwicklung des Kundenbeschwerdemanagements bei Porsche

01

AI Capstone Challenge

- Laufzeit: 12.05. – 08.07.2022
- Ergebnisvorstellung: Pitch + Preisverleihung
- **Ziel: Spannende Insights aus Porsche Beschwerdedaten**

02

Zukunft im Porsche Beschwerdemanagement

- Ergebnisse aus AI Capstone: Bewertung und Analyse @ Porsche
- Erforschen neuer Methoden im Bereich Text Analytics
- Weiterentwicklung & Ausbau Porsche Beschwerdeanalyse
- **Ziel: Ableitung von Maßnahmen, Kommunikation ins Unternehmen**



Fragerunde



PORSCHE