

Protokoll Quickline Partnerversammlung



Datum 11. April 2013, 13.30 - 17.30 Uhr

Ort Biel, Residenz-au-Lac

Anwesend EBL (A.Koessler), E Belp (T.Seiderer), ESAG (R.Mantese), EW Aarberg (Ch.Bosshard), Flims (M.Marion), GA Grenchen (K. Hohler, S.Studer), GA RH (H.J.Köchli), GA Weissenstein (M.Eheim), GB Muri (U.von Arx), ggsnet (M.Berger, R.Kälin), KFN (Ch.Bircher, M.Felber), Localnet (M.Rohn, M.Käser), Renet (H.Beer, M.Grossenbacher), Valaiscom (G.Seewer), WWZ (S.Nieland)
Finecom (F.Goetschmann, N.Gast, M.Loosli, L.Gysling, M.Gaggioli, J.Bühlmann)

Entschuldigt Finecom (N.Perrenoud), R.Simmonds, WWZ (T.Reber)

Verteiler Alle An- und Abwesenden

Protokollführer Jacqueline Bühlmann

Die Präsentation „QL PV 11.04.13“ wurde vorgängig versendet. Die aktualisierte Version ist Bestandteil dieses Protokolls. Informationsfolien werden an der Sitzung nicht ausführlich diskutiert, es sei denn es gibt Fragen oder Gegenanträge.

	(E) Entscheid, (P) Pendeuz, (I) Info	Zuständig	Termin
0.	Organisation		
(I)	<u>Kurzfristige Abwesenheiten</u> N.Perrenoud, R.Simmonds und T.Reber befinden sich auf dem Rückflug aus den USA und können aufgrund massiver Verspätungen nicht an der Sitzung teilnehmen.		
(I)	<u>Kostenteiler für neue Produkte</u> F.Goetschmann informiert, dass die Kostenteiler zu den neuen Produkten (Take2, Mobil-TV) folgen. Die Logik ergibt sich aus den bestehenden Produkten und vereinbarten Revenue Shares.		
(E)	M.Eheim stellt den Antrag, dass Änderungen an den Kostenteilern generell an der PV verabschiedet werden sollten, da diese Vertragsbestandteil sind. Es wird entschieden, die neuen Kostenteiler per Mail zu versenden. Verabschiedung erfolgt an der nächsten PV.	F.Götschmann	PV 29.5.
1.	Protokoll		
	Keine Bemerkungen.		
2.	Reporting der Aboentwicklung		
	F.Goetschmann informiert mündlich über die Aboentwicklung der letzten Monate. Per Ende März zählen wir (inkl. neue Partner + FTTH): 93'233 Internet-Kunden. 44'066 Fixtel-Kunden (exkl. WWZ, Migration erst Mai 13). 69'218 DTV-Kunden (Pay-Pakete)		

	<p>10'775 Verte!-Kunden 1'137 Mobil-Kunden</p> <p>Bei Internet, Fixtel und Verte! sind wir auf Budgetkurs. Bei Mobil liegen wir mit ca. 60 Aufschaltungen/Monat unter dem Budget, budgetiert wären 100/Monat.</p>		
3.	Aus dem Marketing-Ausschuss		
3.1	Produktmanagement		
3.1.1	Termine Produktlancierungen		
(I)	<p>L.Gysling informiert über die bevorstehenden Produktlancierungen und die terminlichen Verschiebungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Änderungen/Anpassungen im Mobil-Angebot: 15.5.13 • Änderungen/Anpassungen bei den Take2-Mobil-Abos wegen Mobil-Neuerungen: 15.5.13 • All-in-One Light: Einführung 15.5.13 • Mobil-TV: Wenn möglich kein eindeutiges Datum kommunizieren, sondern „im Mai“. • Business-Internet: Neue Preise/Bandbreiten: 1.5.13 SLA 1 («Basic») und SLA 2 («Standard»): 1.5.13 SLA 3 («Premium» / 7x24h): ca. Juni 2013 		
3.1.2	Business-Angebot		
(I)	<p>L.Gysling gibt eine Übersicht über die geplanten Phasen der Business-Einführungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Phase 1: Einführung der neuen Business-Internet-Abos per 1. Mai 2013 mit den SLA 1 («Basic») und SLA 2 («Standard»). • Phase 2: Einführung SLA 3 («Premium» / 7x24h) im Juni 2013 (WWZ ab 1. Mai). • Phase 3: Einführung des Kombi-Angebots Internet-Telefonie mit 2 Linien in Q2 2013. • Phase 4: Einführung einer Telefonie-Lösung auf vPBX-Technologie für mehr als 2 Linien Q3/Q4 2013. 		
(I)	<p>M.Eheim informiert, dass die Meinung vom Marketing-Ausschuss in den Folien nicht dargestellt wurde. Die Gruppe beschloss einen Rückkommensantrag auf den PV-Entscheid und wollte die Business Internet-Abos erst nach den Sommerferien einführen, wenn alle noch offenen Punkte und Abläufe geklärt sind. Im Weiteren erachtet er es als wenig opportun, dass Meinungen, welche in einem Ausschuss gefällt werden, einfach ohne Kommentar und Information an die Mitglieder abgeändert werden. G.Seewer pflichtet diesem Votum bei.</p>		
(I)	<p>L.Gysling weist auf die im Protokoll entsprechende Ergänzungsnotiz hin: <i>«Eine Verschiebung wurde geprüft, wäre jedoch aufgrund Abmachungen und Plänen im Zusammenhang mit der WWZ-Migration nicht möglich gewesen. Diese wichtige Information hat in der Marketinggruppe gefehlt.»</i> Aus diesem Grund wollte Finecom am Einführungstermin der Business-Abos per 1. Mai festhalten.</p>		
(P)	<p><u>Organisatorisches</u> T.Seiderer stellt fest, dass bereits bei zwei Traktanden Differenzen bestehen und unnötige Diskussionen geführt werden, weil infolge Abwesenheit von N.Perrenoud wichtige Entscheid-Informationen fehlen. Er wünscht, dass dies so protokolliert und Finecom-intern überprüft wird. Es könne nicht sein kann, dass die Finecom ohne den CEO nicht handlungsfähig ist.</p>	Finecom	

<p>(I)</p> <p>(I)</p> <p>(P)</p> <p>(P)</p> <p>(E/P)</p> <p>(E/P)</p>	<p><u>Ausgangslage SLA 3 / 7x24h</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Damit wir gewisse WWZ-Businesskunden auf ein QL-Produkt migrieren können, muss zumindest der Preis der Option «SLA 3» festgelegt werden. • Die Herausforderung besteht darin, dass einige organisatorische Themen zu «SLA 3» noch nicht geklärt sind und dennoch der Preis festgelegt werden sollte. • Finecom erachtet es als vertretbar, den Preis heute festzulegen, auch ohne im Detail zu wissen, wie die Abläufe für die Option «SLA 3» festgelegt werden, da an der letzten PV grundsätzlich entschieden wurde, die SLA-Leistungen für «SLA 3» lediglich bezüglich Erreichbarkeit und Messzeitraum auszuweiten. <p><u>Preisvorschlag/Marktvergleich SLA 3 / 7x24h</u> Swisscom: Internet light, Reparaturzeit 24h, 130.--/Mt. Cablecom: hat nur Basis-Leistung</p> <p>M.Eheim wünscht einen Beschrieb der SLA Abläufe 1 und 2. Dies ist so vorgesehen und folgt.</p> <p>T.Seiderer fragt nach dem Kostenteiler bei SLA 3 (130.--). Dies wird nachgeliefert.</p> <p><u>Abstimmung</u> <u>Antrag 1: Preis SLA 3 = Fr. 130.-/Mt.</u> Dafür: VAG, GAG, WWZ, Flims, ggsnet, ESAG, Muri Dagegen: GARH Enthaltung: Belp, Renet, GAW, KFN EWA</p> <p>Es wird entschieden, den Preis für die SLA 3 auf 130.-/Mt. festzulegen.</p> <p><u>Antrag 2: "Zwangsmigration bestehende Business-Abos"</u> Dafür: alle, ausser GAW + EWA (Enthaltungen)</p> <p>Es wird entschieden, die bestehenden Business-Kunden auf die neuen Abos zu migrieren. Die Kunden werden entsprechend schriftlich informiert.</p>	<p>L.Gysling</p> <p>L.Gysling</p> <p>L.Gysling</p> <p>L.Gysling</p> <p>L.Gysling</p> <p>J.Bühlmann</p>	
<p>3.1.3</p>	<p>Produktportfolio QL Mobil</p>		
<p>(I)</p> <p>(I)</p>	<p>R.Bitschnau, Produktmanager Mobil, präsentiert die Überlegungen zur Portfolio-Anpassung. Detaillierte zusätzliche Informationen zum Konkurrenzvergleich und zu den Anpassungen wurden als separate Präsentation im Vorfeld versendet.</p> <p><u>Anpassungen per 15. Mai 2013 im Überblick</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • QL Mobil Basic und QL Mobil Extra werden aus dem Verkauf genommen. Gründe: Tarifstruktur nicht attraktiv (Thema Fremdnetze), schwache Verkaufszahlen. • QL Mobil Budget und QL Mobil Flat bleiben im Portfolio. • QL Mobil Flat: MMS neu flat. • 3 neue Tarife (Start/Talk/Surf), welche folgende Bedürfnisse und Chancen decken: attraktive Telefonie in alle Netze wird berücksichtigt; Einsteigertarif inkl. Handy, Telefonie in alle Netze, wenig SMS & Data; Vieltelefonierer-Tarif in alle Netze mit wenig Daten; Vielsurfer-Tarif mit wenig Telefonie in alle Netze. • Portfolio wird einfacher für den Verkauf und deckt die Bedürfnisse der Kunden. • Portfolio wird im Konkurrenzvergleich attraktiver • Zusätzliche Datenoption 500MB (Phase 2, Mitte Sept.) 		

(I)	Eine entsprechende Schulung der Shop-Verkäufer ist bereits in Planung.		
(I)	Input M.Marion: Um Mitarbeiter zu einem Wechsel von Swisscom-Abo für 59.-- zu motivieren, würde er es begrüßen, wenn das Abo "Talk" etwas günstiger wäre. Andere Partner weisen darauf hin, dass Quickline-Mitarbeiter von 50% profitieren, was attraktiv genug sein sollte. Input H.J.Köchli: Er gratuliert Reto Bitschnau für die perfekte Präsentation (Darstellung / Qualität / kurz und klar) und wünscht, dass die Präsentationen an der Partnerversammlung in Zukunft diesem Level folgen werden. Dieses Votum erhält zustimmenden Charakter der Partner.		
(E/P)	<u>Abstimmung</u> Das neue Produktportfolio QL Mobil wird einstimmig angenommen und per 15.5.13 umgesetzt.	PM Finecom	
(E/P)	Entsprechend wurden die Anpassung in den Take 2 Mobil einstimmig angenommen. Umsetzung ebenfalls per 15.5.13.	PM Finecom	
3.1.4	Migration QL Mobil		
(I)	R.Bitschnau weist darauf hin, dass eine Zwangsmigration der Mobil-Bestandskunden auf die neuen Abos nicht empfehlenswert wäre. Aus folgenden Gründen: Ungleiche Angebote Alt und Neu im Bereich Daten; Neu mit Option teurer; ausserordentliches Kündigungsrecht besteht.		
(E)	<u>Abstimmung</u> Es wird einstimmig entschieden, wie folgt vorzugehen:		
(E/P)	<ul style="list-style-type: none"> Die alten Produkte werden eingefroren und die Kunden werden nicht automatisch migriert. Sobald die Datenoption 500 verfügbar ist (Mitte September), werden die Kunden jedoch mit einem Vorschlag zur Migration angeschrieben. Eine entsprechende Migrationsmatrix folgt. 	PM Finecom und Komm.	
3.1.5	Upsell-Promo QL Mobil		
(I)	Da wir beabsichtigen, alle AiO-Kunden anzuschreiben und auf das neue Mobil-TV-Angebot aufmerksam zu machen, hat sich Finecom eine zusätzliche Upsell-Promotion überlegt.		
(I)	Idee: Zusätzlicher Anreiz für Bestandskunden, mit dem Ziel, Mobil-Abos zu verkaufen. Zielgruppe: AiO-Kunden. Die Botschaft "QL goes mobile" kann gut kombiniert werden. Zusätzlicher Anreiz wird (analog früheren Upsell-Promotionen) eine Rechnungsgutschrift über CHF 100.--. Um nicht an den Kündigungsfristen zu scheitern, ist das Bestelldatum relevant für die Gutschrift-Berechtigung und nicht der Aufschalttermin. Noch zu definieren ist, bis wann die Aufschaltung erfolgen muss (Portierungszeit 3-4 Monate). Der Kostenteiler für die 100.-- ist 50:50 (FC:KNU).		
(E/P)	<u>Abstimmung</u> Die Promo wird in der vorgeschlagenen Form einstimmig angenommen. Ein entsprechendes Factsheet folgt.	PM Finecom und Komm.	

3.1.6	Kombi-Angebot Take2		
(P)	<p>Es haben sich verschiedene Situationen ergeben, bei denen QL-Kunden, welche heute Einzelprodukt-Kombinationen haben, gegenüber den Take2-Abos mehr bezahlen für weniger Leistung. Auch gibt es offenbar einige AiO-Kunden, welche auf ein Festnetz-Telefon verzichten und auf ein Take2 wechseln möchten. L.Gysling präsentiert einen Vorgehensvorschlag. Details siehe Folienpräsentation.</p> <p><u>Fall AiO >Wechsel auf Take2</u> M.Eheim stellt Frage, ob Kunden mit All-in-One nach Ablauf der Mindestvertragsdauer auf ein x-beliebiges Einzelprodukt oder Take2 wechseln können. Gemäss M.Loosli ist es heute so abgebildet, dass der Telefonie-Service weiterläuft und manuell gekündigt werden muss. Dies ist eine unglückliche Situation und es wird der Finecom SWE/QMC-Abteilung der Auftrag erteilt, dies raschmöglichst zu ändern. Prozesspapier wird durch PM erstellt. Input M.Käser: Diese Situation würde entschärft, wenn im QMC Abowechsel und Kündigung gleichzeitig vorgenommen werden könnte.</p> <p><u>Migrationszenario</u> Es gab viele Diskussionen, und über den vorliegenden Vorschlag und Migrationsplan wurde nicht abgestimmt. Es wird allgemein gewünscht, dass in Zukunft nur über ein Gesamtpaket abgestimmt wird, welches die nötigen Informationen (finanzielle Auswirkungen, Migrationsplanung, Prozess der Integration, Kündigungsauswirkungen etc.) enthält. Es dürfen keine nicht fertiggestellten und zu Endgedachten Vorschläge mehr vorgelegt werden. L.Gysling wird das Thema im nächsten Marketing-Ausschuss nochmals im Detail präsentieren und vorlegen.</p>	M.Loosli/PM	
3.1.7	Preisanpassung Take2		
(I) (I) (I) (E) (P)	<p>An der PV vom 13. Dezember 2012 wurde beschlossen, die Urheberrechtsgebühr von CHF 1.10 pro Monat auf die beschlossenen Preise für Take 2 mit Verte! hinzuzuschlagen. Korrekt wäre demnach: CHF 71.10 für Take2 HD (statt CHF 70.00) und CHF 86.10 für Take2 HD Premium (statt CHF 85.00).</p> <p>Da dies vergessen ging, ist der Vorschlag von Finecom, die UHG ab der ersten Rechnung zusätzlich zu verrechnen, allerdings mit einer gleichzeitigen Gutschrift im gleichen Umfang für die gesamte Mindestvertragsdauer (12 Monate).</p> <p><u>Abstimmung</u> Bis auf 1 Enthaltung (WWZ), wird dies einstimmig angenommen. Die neuen Preise sollen ab dem nächstmöglichen, sinnvollen Termin angepasst werden. Kommunikativ per 15.5.13.</p>	Finecom PM und Komm.	per 15.5.
3.1.8	Senderangebot		
(I)	<p>Aktuelle Informationen zum Senderschalttag 23.4:</p> <p>Über die Ausstrahlung der RTL7Sat-HD-Sender wurde im Vorfeld der PV eine Doodle-Abstimmung durchgeführt. Der Entscheidet lautet: Verschlüsselte Ausstrahlung im Grundangebot Plus HD für CHF 5.- RTL HD und Co. werden allesamt ins bestehende Grundangebot Plus HD platziert. Sofern das Paket nicht inkludiert ist (Verte!, All-in-One), bezahlt der</p>		

	Kunde CHF 5.- monatlich fürs Grundangebot Plus HD. In diesem Pakte sind aktuell alle nicht öffentlich rechtlichen bzw. nicht ersten Programme jener Sender welche wir sowohl in SD als auch HD verbreiten.		
3.1.9	MPEG-4-Transcoding		
(I)	Timing der Umstellung gemäss Folienpräsentation.		
(I)	Über das Vorgehen bei «betroffenen Kunden» wurde diskutiert. Argumente: Es handelt sich um treue Kunden. Kunden mit anderen Dienstleistungen könnten bevorzugt behandelt werden. Es geht darum, Kunden nicht zu verärgern und zu verhindern, dass sie zu Swisscom (Gratis-TV) wechseln.		
(I)	<u>Abstimmung</u> Vorschlag a) Empfehlung Marketinggruppe: Jeder Partner soll die für ihn passende Lösung umsetzen. Mit einer Gegenstimme (Finecom) stimmen alle anwesenden Partner für diese Lösung. Vorschlag b) Empfehlung Finecom: Einheitliches Vorgehen. Die HD-STB soll gratis abgegeben werden oder ein einheitliches Promoangebot. Eine Stimme (Finecom).		
(E)	Es wird somit entschieden, kein einheitliches Vorgehen und keine einheitliche Promotion umzusetzen. Dies bedeutet eine kommunikative Herausforderung. Details zum Kommunikationsplan siehe 3.2.5 Input ggs: Sie können nicht für alle Genossenschafter über Gratis-Abgaben von STB entscheiden.	Finecom PM/Komm.	
3.1.10	Pay-TV Strategie		
(I)	Timing: Gegenüber früheren Informationen wird der Umbau Pay-TV erst per Q2 2014 abgeschlossen.		
(P)	Konkrete Vorstellung der neuen Pakete werden zur Zeit in der DCG diskutiert und voraussichtlich an der nächsten PV präsentiert.	DCG/PM	MA oder PV Mai
(I)	KFN: Möchte beliebt machen, Senderänderungen möglichst zu bündeln, insbesondere wenn Sendersuchläufe erforderlich sind.		
3.1.11	Quickline Mobil-TV		
	Das neue Produkt ist in zwei Varianten verfügbar:		
(I)	<u>Für AiO Bronze/Silber:</u> Live TV SD Sender Option für zusätzliche 4.00 CHF: - Live TV HD Sender - Freeze über 30 Stunden auf allen Sendern		
(I)	<u>Für AiO Gold/Platin und NEU: Take2 HD und Take2 HD Premium:</u> Live TV SD und HD Sender Freeze über 30 Stunden auf allen Sendern		
(E)	Dem Vorschlag, Mobil-TV auch bei Take2 HD und HD Premium dazuzugeben, wird einstimmig zugestimmt.		

(I)	Der Testversuch startet ab Mitte April. Go-Live ist ab anfangs Mai geplant. Der genaue Zeitpunkt ist abhängig vom Freigabe-Prozess durch Apple. Kommunikationsplan siehe 3.2.4		
3.2	Kommunikation		
3.2.1	Planung Komm.-Aktivitäten 2013		
(I)	Übersicht Kommunikationsplan siehe Folienpräsentation.		
3.2.2	Mai-Kampagne		
(I)	Fokus bei der Mai-Kampagne ist Mobil. J.Bühlmann präsentiert das Sujet für den Flyer Laschenmailing, welches im Marketing-Ausschuss gewählt wurde. Mediamix siehe Folienpräsentation. Leadmedium Plakate.		
3.2.3	Post Umzugsset		
(I)	Seit August 2011 ist der Quickline-Flyer im Umzugsset der Post und wird Neuzuzüglern zugestellt. Im Marketing-Ausschuss wurde ausführlich über Nutzen und Kosten des Umzugsset diskutiert und es wurde entschieden, den Vertrag für zwei Jahre zu verlängern.		
3.2.4	Kommunikation QL Mobil-TV		
(I)	Am 10.4. wurde in der Pressemitteilung "Neue TV-Sender" bereits das neue Produkt Mobil-TV angekündigt. Eine Info im nächsten Trend ist ebenfalls vorgesehen. Sobald das Produkt live geht, erfolgt eine Info auf der Website und im anschliessenden Newsletter.		
(I)	Zusätzlich erhalten alle AiO und Take2 HD-Kunden ein Postkarten-Mailing. Im selben Mailing wird auch die Upsell-Promo Mobil beworben.		
(E)	Dem Kommunikationsplan und Postkarten-Mailing wird einstimmig zugestimmt. Umsetzung ca. Mitte Mai. Ein Gut-zur-Ausführung folgt.	Finecom Komm.	
(P)			
3.2.5	Kommunikation Umstellung PEG 4		
(I)	Aufgrund der Abstimmung bei 3.1.9 gibt es keine einheitliche Lösung für die Endkunden.		
(I/P)	Die Kommunikation ist wie folgt geplant: - Übersicht, welcher Partner welche Lösung anbietet bis Ende Aug. - Versand pers. Schreiben an Kunden in der jeweiligen Sprache per Mitte Sep. Mit individuellem Textfeld pro KNU mit «Incentive». - Info/News auf Website ab Mitte Sep. - Laufschrift bei betroffenen Sendern einblenden ab Okt. - Info im QL Trend und QL Newsletter anfangs Okt.	Finecom PM/Komm.	
3.2.6	Quickline Rollensprint		
(I)	J.Bühlmann präsentiert die grafisch gestaltete Rückwand für den Quickline Rollensprint und die Rollups. Per 18.4. versendet Swiss Cycling eine Pressemitteilung und parallel wird die Website www.rollensprint.ch aufgeschaltet. Weitere Kommunikationsmassnahmen gemäss Folienpräsi.		
(I)	Das Kick-off erfolgt am 3.5. an der BEActive. Die Daten für den Quickline Rollensprint Challenge stehen alle fest und können der Folienpräsentation entnommen werden. Daneben wird der Rollensprint an vielen verschiedenen Radevents in der Schweiz eingesetzt. Die Organisation dieser Events ist bei Swiss Cycling.		

3.3	Vertrieb		
3.3.1	Outbound		
(I)	M.Gaggioli präsentiert die aktuellen Outbound-Zahlen: Anzahl Kunden Total: 56'464 Vom 5.11. bis 23.3. Kunden erreicht: 19'898 Getätigte Calls: 108'516 Erfolgreich verkauft an: 843 Kunden Topseller: 407 AiO Bronze, 190 AiO Gold, 67 Fixnet		
(I)	Die Takerate von 6% bei Upsell Internet only entspricht einem guten Wert. Die Takerate von 2,4% bei HD-Premium ist nicht zufriedenstellend. Die Takerate von 3,1% beim Pilot Huttwil dürfte auch besser sein.		
(I)	Eine Übersicht der ausgeschöpften und weiterführenden Projekte ist der Folienpräsentation zu entnehmen.		
3.3.2	Post		
(I)	Erfahrungsbericht nach 5 1/2 Monaten Zusammenarbeit. Anzahl bestellter Services pro KNU siehe Folie. Die Tendenz ist steigend. Im März wurden 59 Services bei der Post bestellt.		
3.3.3	mobilezone		
(I)	Die Verkaufsaktivitäten bei mobilezone laufen seit Februar. Die Partnerschaft mit dem Hauptsitz ist nach wie vor sehr schwierig. Die Verkäufer in den Shops hingegen sind motiviert.		
(I)	Im Mai folgt eine Gratis-Präsenz im mobilezone-Magazin.		
(P)	Bitte an KNU: Wenn Bestellungen durch KNUs neu erfasst werden müssen, sollte zwingend der Vertriebspartner-Code wieder eingegeben werden.	alle KNUs/Front	
4.	Aus der Tech-Kommission		
	Nick Gast informiert mündlich über ein paar Themen:		
(I)	Es gibt <u>personelle Änderungen</u> durch Trennung der Teamkompetenzen (Network Engineering und System Engineering) und durch Aufstockung eines neuen Teamleiters im System Engineering bei Finecom.		
(I)	Die <u>Migration WWZ</u> ist auf Kurs und per Ende Mai 2013 abgeschlossen.		
(I)	Das Thema <u>WLAN-Modem</u> von Cisco wurde nochmals aufgenommen. Mit Signalwahl und Signalstärke konnten die Bugs final aufgearbeitet und behoben werden. Durch unsere Two-Vendor-Strategie wird das Technicolor Modem die Palette ergänzen. Ab Juni 2013 wird für eine Testphase von 3 Monaten jeder Partner 9 Geräte erhalten. Danach wird das weitere Vorgehen definiert werden, wie zB. Einkauf der Geräte, Menge je Partner etc.		
(I)	<u>RF-Gateway-Gespräche</u> – nötige Bandbreite in den Netzen – sind im Gang. Die technisch involvierten Personen verfügen über detaillierte Informationen und werden im Halbjahresgespräch mit dem Engineering entsprechend gebrieft. Dabei geht es auch um die Auswirkungen der		

	RFGW Analyse und somit um mögliche Investitionen für die Partner in ihre Netze in der Zukunft.		
(I)	Input WWZ: Wünscht Business-Produkte mit 15 Mbit/s Upload.	WWZ	
(P)	<u>Inputs über Produkteentwicklungen</u> müssen via gängigem Prozess über das Produktemanagement eingestreut werden. Die nötige Triage erfolgt über den zuständigen PM. Solche Anträge, welche Kundenbedürfnisse darstellen, müssen nicht in der Tech-Kommission eingegeben werden.		
(I)	Input Flims: <u>Kommunikation Problemfälle</u> : Ein Verte! Firmware-Update verursachte, dass einzelne TV-Geräte nicht mehr mit der Fernbedienung abgeschaltet werden konnten und keine aktive Information aus dem Kundendienst erfolgt sei.		
(P)	N.Gast entgegnet, dass mindestens fünf gleiche Fälle innerhalb von 30 Minuten für eine entsprechende Visibilität im Kundendienst erforderlich sind, bis diese Problematik effektiv in Mehrzahl erkannt wird. Bei täglich über 250 Calls und über 50 Tickets entsteht eine gewisse Unschärfe. Die Kommunikation durch Technik oder Kundendienst von Finecom erfolgt wöchentlich und bei Bedarf.		
5.	Inputs und Fragen der QL-Partner		
(I)	H.J.Köchli erkundigt sich nach dem Stand vPBX? M.Loosli informiert, dass sie an der Lieferanten-Evaluation seien.		
(P)	M.Eheim wäre interessiert an einer Auswertung über die Frequenz in den neuen QL-Shops. Dies kann durch den Vertrieb zugänglich gemacht werden.	M.Gaggioli	
6.	Diverses		
6.1	Verte! STB Prozesse		
(I)	M.Loosli informiert, dass das Händling in den Präsentationsfolien als Vorschlag gedacht ist, weil die Logistik-Prozesse heute nicht ursachergerecht und End-to-End praktiziert sind. Es geht darum, eine Lösung für das zukünftige Händling zu suchen. G.Seewer stellt fest, dass der neue Vorschlag einen Impact auf das Business-Modell hat und einen PV-Entscheid erfordert. Das Boxenhandling sei Sache von Finecom. Andere Partner weisen darauf hin, dass letztes Jahr in der "Verte!-Problemphase" sehr viele Boxen ausgewechselt wurden, nicht zuletzt auch weil dies die Empfehlung von Finecom Technik/Kundendienst war. Im 2013 läuft Verte! stabil und es werden fast keine Boxen mehr ausgewechselt.	Finecom, M.Loosli	
(E) (P)	Der Vorschlag wird zurückgewiesen und Finecom wird ersucht, eine andere Lösung auszuarbeiten.		
6.2	New Ticketing-System		
(I)	Aus Zeitgründen wurde nicht im Detail auf die Folien eingegangen.	Finecom, D.Wiedemar	
(E)	<u>Abstimmung</u> Es wird einstimmig entschieden, das Projekt weiter zu verfolgen.		
(P)	Zur Projektmitarbeit haben sich folgende Partner gemeldet: WWZ, GAW, ESAG, ggsnet		

6.3	AGBs Mobil		
(I)	F.Goetschmann informiert über die bevorstehenden Anpassungen in den AGBs Mobil infolge Fair use Klausel und Ausweitung auf Zubehör Gewährleistungen (Anpassungen aufgrund gesetzlichen Vorgaben).		
(P)	Die Information gegenüber Endkunden erfolgt via Newsletter, Info im Trend (Seite Mobil) und Info auf Website quickline.com	Finecom, Komm.	
6.4	Stellenmarketing Quickline		
(I)	Finecom ist im HR professioneller aufgesetzt. Offene Stellen werden bereits im Newsletter eingebaut. Dies steht auch den Partnern zur Verfügung. Neu soll auch auf der Website ein Bereich "offene Stellen" gebaut werden.		
(P)	Die Partner begrüßen den Vorschlag. Umsetzung erfolgt raschmöglichst.	Finecom, HR/Komm.	
7.	Nächste Sitzungen		
(I)	Mi, 29.5.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel Do, 12.9.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel Do, 12.12.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel		
(E)	Der Antrag, aufgrund der Traktandendichte die Anfangszeiten auf 10.00 zu legen wird abgelehnt. Wenn die Themen detailliert vorbereitet und vorgängig den Partnern zur Verfügung gestellt werden, sollte der zeitliche Rahmen wie bisher genügen.		
(I)	U.von Arx verdankt die professionelle und detaillierte Vorbereitung von R.Bitschnau für die Mobil-Themen.		

Partnerversammlung

Do, 11. April 2013, 13.30 – 17.30,
Residenz-au-Lac, Biel

entschuldigt: N.Perrenoud, R.Simmonds, T.Reber

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Traktanden

- | | | | |
|---|-----|--|-----|
| 1. Protokoll | (E) | 3.3 Vertrieb | |
| 2. Reporting der Aboentwicklung | (I) | 3.3.1 Outbound | (I) |
| | | 3.3.2 Post | (I) |
| | | 3.3.3 mobilezone | (I) |
| 3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS | | 4. AUS DER TECH-KOMMISSION | (I) |
| 3.1 Produktmanagement | | 5. Inputs und Fragen der QL-Partner | |
| 3.1.1 Termine | (I) | 6. Diverses | |
| 3.1.2 Business-Angebot | (I) | 6.1 Verte! STB Prozesse | (I) |
| 3.1.3 Produktportfolio QL Mobil | (E) | 6.2 New Ticketing | (E) |
| 3.1.4 Migration QL Mobil | (E) | 6.3 AGBs Mobil | (I) |
| 3.1.5 Upsell-Promo QL Mobil | (E) | 6.4 Stellenmarketing Quickline | (I) |
| 3.1.6 Kombi-Angebot Take2 | (E) | | |
| 3.1.7 Preisanpassung Take2 | (E) | 7. Nächste Sitzungen | |
| 3.1.8 Senderangebot 23.4. | (I) | | |
| 3.1.9 MPEG-4-Transcoding | (E) | | |
| 3.1.10 Pay-TV Strategie | (I) | | |
| 3.1.11 QL Mobil-TV | (E) | | |
| 3.2 Kommunikation | | | |
| 3.2.1 Übersicht Kommunikationsplan 2013 | (I) | | |
| 3.2.2 Mai-Kampagne | (I) | | |
| 3.3.3 Umzugsset | (I) | | |
| 3.3.4 Komm.plan QL Mobil-TV | (I) | | |
| 3.3.5 Komm.plan MPEG4-Umschaltung | (I) | | |
| 3.3.6 Rollensprint | (I) | | |

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

 **1. Protokoll der letzten Sitzung**

Bemerkungen?

Protokoll





3

 **2. Reporting**



Mündliche Info durch Frédéric Goetschmann





4

Traktanden	
1. Protokoll	(E)
2. Reporting der Aboentwicklung	(I)
3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS	
3.1 Produktmanagement	
3.1.1 Termine	(I)
3.1.2 Business-Angebot	(I)
3.1.3 Produktportfolio QL Mobil	(E)
3.1.4 Migration QL Mobil	(E)
3.1.5 Upsell-Promo QL Mobil	(E)
3.1.6 Kombi-Angebot Take2	(E)
3.1.7 Preisanpassung Take2	(E)
3.1.8 Senderangebot 23.4.	(I)
3.1.9 MPEG-4-Transcoding	(E)
3.1.10 Pay-TV Strategie	(I)
3.1.11 QL Mobil-TV	(E)
3.2 Kommunikation	
3.2.1 Übersicht Kommunikationsplan 2013	(I)
3.2.2 Mai-Kampagne	(I)
3.3.3 Umzugsset	(I)
3.3.4 Komm.plan QL Mobil-TV	(I)
3.3.5 Komm.plan MPEG4-Umschaltung	(I)
3.3.6 Rollensprint	(I)
3.3 Vertrieb	
3.3.1 Outbound	(I)
3.3.2 Post	(I)
3.3.3 mobilezone	(I)
4. AUS DER TECH-KOMMISSION	(I)
5. Inputs und Fragen der QL-Partner	
6. Diverses	
6.1 Verte! STB Prozesse	(I)
6.2 New Ticketing	(E)
6.3 AGBs Mobil	(I)
6.4 Stellenmarketing Quickline	(I)
7. Nächste Sitzungen	

5



i	
Produktmanagement	
3.1.1 Termine	
Bevorstehende Lancierung	
Terminübersicht	
<ul style="list-style-type: none"> • Änderungen und Anpassungen im Mobil-Angebot: 15. Mai 2013 • Änderungen und Anpassungen bei den Take2-Mobil-Abos wegen Mobil-Neuerungen: 15. Mai 2013 • All-in-One Light: Einführung 15. Mai 2013 • Mobil-TV: Wenn möglich kein eindeutiges Datum kommunizieren, sondern „im Mai“. Falls nötig „15. Mai“ kommunizieren. • Business-Internet: Neue Preise/Bandbreiten: 1. Mai 2013 SLA 1 («Basic») und SLA 2 («Standard»): 1. Mai 2013 SLA 3 («Premium» / 7x24h): Juni 2013 	

6





Produktmanagement
3.1.2 Business-Angebot

Übersicht: Umsetzung in 4 Phasen

Phase 1: Einführung der neuen Business-Internet-Abos per 1. Mai 2013 mit den SLA 1 («Basic») und SLA 2 («Standard»).

Phase 2: Einführung SLA 3 («Premium» / 7x24h) im Juni 2013 (WWZ ab 1. Mai).

Phase 3: Einführung des Kombi-Angebots Internet-Telefonie mit 2 Linien in Q2 2013.

Phase 4: Einführung einer Telefonie-Lösung auf vPBX-Technologie für mehr als 2 Linien Q3/Q4 2013.



7



Produktmanagement
3.1.2 Business-Angebot

SLA 3 / 7x24h

Ausgangslage

- Damit gewisse WWZ-Businesskunden auf ein QL-Produkt migrieren kann, muss zumindest der Preis der Option «SLA 3» festgelegt werden.
- Die Herausforderung besteht darin, dass einige organisatorische Themen zu «SLA 3» verdingungswert und Finecom-intern noch nicht geklärt sind und dennoch der Preis festgelegt werden sollte.
- Finecom erachtet es als vertretbar, den Preis heute festzulegen, auch ohne im Detail zu wissen, wie die Abläufe für die Option «SLA 3» festgelegt werden, da an der letzten PV grundsätzlich entschieden wurde, die SLA-Leistungen für «SLA 3» lediglich bezüglich Erreichbarkeit und Messzeitraum auszuweiten.



8

i

**Produktmanagement
3.1.2 Business-Angebot**

Marktvergleich

SLA 3 / 7x24h

	Quickline	Swisscom	upc Cablecom
Name	SLA Premium	Internet light	Kein (zusätzliches) Angebot
Erreichbarkeit	Tel., 7x24h	Tel., 7x24h	
Tel.kosten Hotline	Gratis	Gratis	
Messzeit	7x24h (ohne Service-Fenster)	1st Level: 7x24h 2nd Level: Mo-Fr: 7-20h Sa-So: 8-17h (ohne Feiertage)	
Reparaturzeit	6h (MTTR)	24h	
Service-Verfügbarkeit	Best Effort	Best Effort	
Penalen	Keine Aussage	Max. 1 Monatsgebühr	
Preis pro Monat	CHF 130.- (exkl. MwSt.)	CHF 130.- (inkl. MwSt.)	

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

9

i

**Produktmanagement
3.1.2 Business-Angebot**

Marktvergleich

SLA 1

	Quickline	Swisscom	upc Cablecom
Name	SLA Basic	Bei Business Internet light inbegriffen	Service Level «Basic»
Erreichbarkeit	Tel.-Hotline, 7x24h	Tel.-Hotline, 7x24h	Tel.-Hotline, 7x24h
Tel.kosten Hotline	Gratis	Gratis	Gratis
Messzeit	Kundendienst- öffnungszeiten	1st Level: 7x24h 2nd Level: Mo-Fr: 7-20h Sa-So: 8-17h (ohne Feiertage)	Mo-Fr: 7-18h
Reparaturzeit	12h (MTTR)	Best Effort	24h
Service-Verfügbarkeit	Best Effort	Best Effort	Best Effort
Vertragsstrafe (Penalty)	Keine Aussage	Keine Aussage	Keine Aussage
Preis pro Monat	Inklusive	Inklusive	Inklusive

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

10



Produktmanagement
3.1.2 Business-Angebot

Neues Angebotsdesign

	30 KMU	60 KMU	100 KMU
Bandbreite	30/3	60/6	100/10
IP, dyn.	1	Bis 3	Bis 3
Installation	Ja	Ja	Ja
Security-Package	Ja	Ja	Ja
Dediz. Hotline (Erreichbarkeit: Mo-Fr 8-21, Sa 9-17)	Ja	Ja	Ja
Verfügbarkeit	Best Effort	Best Effort	Best Effort
SLA 1 inkl. (MTTR 12h, Mo-Fr 8-21, Sa 9-17)	Ja	Ja	Ja
Option SLA 2 (MTTR 6h, Mo-Fr 8-21, Sa 9-17) IP-Range nach Bedarf (exkl. MwSt.)	nein	CHF 90.- / Monat	CHF 90.- / Monat
Option SLA 3 (Erreichbarkeit: 7x24; MTTR 6h 7x24) IP-Range nach Bedarf	Nein	CHF 130.-	CHF 130.-
Abopreis (exkl. MwSt.)	CHF 70.-	CHF 95.-	CHF 150.-
Einmalige Kosten (exkl. MwSt.)	CHF 150.-	CHF 150.-	CHF 150.-
Endgerät inkl. (Docsis-3-Modem mit 2 Tel.-Anschlüssen)	Ja	Ja	Ja
1 fixe IP (exkl. MwSt.)	Ja, CHF 18.50/Mt.	Ja, CHF 18.50/Mt. (wenn keine Business-SLA)	Ja, CHF 18.50/Mt. (wenn keine Business-SLA)
DNS-Einträge und -Anpassungen	CHF 50.- pro Auftrag	CHF 50.- pro Auftrag	CHF 50.- pro Auftrag

11




Produktmanagement
3.1.2 Business-Angebot

Preis für SLA 3 / «Premium» / 7x24h

Antrag

Die PV stimmt dem Preisvorschlag von CHF 130.- (exklusive MwSt.) pro Monat für die Option «SLA Premium» (7x24h) zu den zwei Business-Internet-Angeboten «60 KMU» und «100 KMU» zu.

Antrag 2:
Die bestehenden Business-Kunden werden «zwangsmigriert»: Mehr Leistung zu tieferem Preis.

12


i

Produktmanagement
3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Quickline Mobil Tarife – Stärken und Schwächen

	Stärken	Schwächen
Budget	<ul style="list-style-type: none"> > Einziger «Family-Flat» Tarif > Preislich sehr attraktiv 	<ul style="list-style-type: none"> > Keine Subventionierung von Handy.
Basic	<ul style="list-style-type: none"> > Für Wenigtelefonierer mit grösstensteils Anrufen im QL-Verbund attraktiv 	<ul style="list-style-type: none"> > «Flat innerhalb QL-Verbund» unattraktiv, da die Mehrheit der Anrufe auf Fremdnetze gehen (Penetration am Markt zu klein).
Extra	<ul style="list-style-type: none"> > Geeignet für jemand der nur surft. 	<ul style="list-style-type: none"> > Da Anrufe zu Mobile nicht inbegriffen, ungeeignet für Vieltelefonierer > Für «Normalsurfer» mit wenig Telefonie unattraktiv gegenüber Sunrise / Orange
Flat	<ul style="list-style-type: none"> > Flat-Leistung deckt Bedürfnisse der Zielgruppe «Vielnutzer» / «Sorglos» / «volle Kostenkontrolle» 	<ul style="list-style-type: none"> > Kein konkurrenzfähiges Angebot in der Preisstruktur ohne Kombirabatt

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

13

i

Produktmanagement
3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Quickline Mobil – Chancen und Gefahren

Chancen	Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> > «Family-Flat» in jedem Tarif ist die einzige, echte «Community-Proposition» auf dem Markt. Orange 10 CHF für 3 Lieblingsnummern. > Die 3 Grossen inkludieren in allen Tarifen Daten, wegen SMS und Voice Substitution durch Data. Einzig Swisscom mit dem Infinity XS ist ein eher attraktives Angebot für Vieltelefonierer. Jedoch nicht für Vieltelefonierer mit wenig Datennutzung und normaler Geschwindigkeit. > Weder Swisscom noch Sunrise holen Vielsurfer mit wenig Telefonie mit einem Tarif ab. Nur in Zusammenhang mit Optionen und nicht im Fokus des Verkaufs (Umsatzrückgang SMS und Voice). 	<ul style="list-style-type: none"> > «Community Flat» wird zur Zeit nur am Rande als Value Proposition verkauft. > Als MVNO und eher unbekannter Brand im Mobilmarkt, macht den Markteinstieg sehr teuer.

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

14

Produktmanagement

3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Anpassungen per 15. Mai 2013 im Überblick

- **QL Mobil Basic und QL Mobil Extra werden aus dem Verkauf genommen**
 - Grund 1: Tarifstruktur nicht attraktiv (Thema Fremdnetze)
 - Grund 2: Schwache Verkaufszahlen
 - Keine Forced-Migration der Bestandskunden -> werden angeschrieben mit Vorschlag zum Wechsel
- **QL Mobil Budget und QL Mobil Flat bleiben im Portfolio**
 - Anpassung des QL Mobil Flat: MMS neu flat
- **3 neue Tarife, welche folgende Bedürfnisse und Chancen decken**
 - Attraktive Telefonie in alle Netze wird berücksichtigt
 - Einsteigertarif inkl. Handy, Telefonie in alle Netze, wenig SMS & Data
 - Vieltelefonierer-Tarif in alle Netze mit wenig Daten
 - Vielsurfer-Tarif mit wenig Telefonie in alle Netze
 - Portfolio wird einfacher für den Verkauf & deckt die Bedürfnisse der Kunden
 - Portfolio wird im Konkurrenzvergleich attraktiver
 - Zusätzliche Datenoption 500MB (Phase 2, Mitte September)
- **Take2 Mobil**
 - Portfolio wird entsprechend den neuen Mobil Tarifen angepasst
 - Keine Forced-Migration der Bestandskunden -> werden angeschrieben mit Vorschlag zum Wechsel

Produktmanagement

3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Das neue QL Mobil Portfolio

	Budget 10.--	Start 40.--	Talk 65.--	Surf 65.--	Flat 110.--
<i>In der Familie gratis telefonieren</i>					<i>Deine volle Freiheit genießen!</i>
<i>Von Allem etwas nur für Dich</i>					
<i>Telefonieren so viel Du magst!</i>					
<i>Surfen so viel Du magst!</i>					
Telefonieren	Family Flat				
Einheitstarif in alle CH Netze*	40 Rp/Min	60 Min gratis danach 40 Rp/Min	Flat in alle Netze	60 Min gratis danach 40 Rp/Min	Flat in alle Netze
SMS / MMS					
SMS inklusive	50	100	SMS und MMS Flat	SMS und MMS Flat	SMS und MMS Flat
SMS / MMS	15 Rp / 50 Rp	15 Rp / 50 Rp			
Daten					
MB inklusive	50	100	100	Flat	Flat
Zusatzoption (Einführung Mitte September)					
Data 500	15.--				

*Mehrwertdienste und Spezialnummern ausgeschlossen

i **Produktmanagement**
3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Verkaufsprozess – 2 Fragen zum richtigen Tarif!

Intention Kunde möchte einen neuen Mobiltarif / AiO oder Take2

Einstieg Quickline bietet für alle den passenden Tarif. Ob mit der ganzen Familie oder als Einzelperson, mit den Quickline Mobil Tarifen in Kombination mit Internet, Festnetz und TV sparen Sie richtiges Geld.

Bedarfsanalyse

1. Wie ist ihr Surfverhalten?
 2. Wie ist ihr Telefonieverhalten?

Empfehlung

Wenig / Mittel
Oft

Wenig / Mittel
Oft
Wenig / Mittel
Oft

Budget 10.--
Start 40.--
Talk 65.--
Surf 65.--
Flat 110.--

Upselling / Einwandbehandlung

Data 500 15.--

17

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Hand **Produktmanagement**
3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Take 2 Mobil

Take 2 Start 80.--
Take 2 Talk 105.--
Take 2 Surf 105.--
Take 2 Flat 130.--

Internet	Download	50 Mbit/s			
	Upload	5 Mbit/s			
Mobile		Family Flat			
Einheitstarif in alle CH Netze*		60 Min gratis danach 40 Rp/Min	Flat in alle Netze	60 Min gratis danach 40 Rp/Min	Flat in alle Netze
SMS / MMS		100	SMS und MMS Flat	SMS und MMS Flat	SMS und MMS Flat
SMS inklusive		15 Rp / 50 Rp			
SMS / MMS					
Daten		100	100	Flat	Flat
MB inklusive					

*Mehrwertdienste und Spezialnummern ausgeschlossen

18

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Produktmanagement

3.1.3 Produktportfolio QL Mobil

Deckungsbeitrag neues Portfolio

Mobile Case		Budget	Start 12M	Start 24M	Talk 12M	Talk 24M	Surf 12M	Surf 24M	Flat 12M	Flat 24M
ARPU										
Variabel		8.38	6.60	6.60	8.95	8.95	3.40	3.40	6.72	6.72
Subscription	CHF/Mr	9.26	41.50	41.50	56.13	56.13	56.13	56.13	95.18	95.18
Total ARPU	CHF/Mr	17.64	48.10	48.10	65.08	65.08	59.53	59.53	101.90	101.90
Costs										
CoS	CHF/Mr	1.98	5.36	5.36	18.18	18.18	29.50	29.50	40.18	40.18
D-MAP	CHF/Mr	1.98	4.35	4.35	19.79	19.79	4.35	4.35	19.79	19.79
O & M for MVNE Platform	CHF/Mr	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
Total CoS	CHF/Mr	6.46	12.21	12.21	40.47	40.47	36.35	36.35	62.47	62.47
Gross Profit A per Customer per month	CHF	11.18	35.89	35.89	24.61	24.61	23.18	23.18	39.43	39.43
Margin	%	63%	75%	75%	38%	38%	39%	39%	39%	39%
Gross Profit A per Customer per contract	CHF	134.11	430.70	861.40	295.37	590.74	278.11	556.23	473.20	946.39
Margin	%	63%	75%	75%	38%	38%	39%	39%	39%	39%
Acquisition costs	CHF	39.53	70.05	101.13	83.96	118.95	92.68	126.39	122.44	165.92
Mobile phone subvention	CHF	0.00	100.00	300.00	120.00	300.00	120.00	300.00	200.00	550.00
Gross Profit B (DB) per customer per contract	CHF	94.58	260.65	460.27	91.41	171.79	65.44	129.84	150.75	230.47
In % of revenue	%	45%	45%	40%	12%	11%	9%	9%	12%	9%

Neuer Revenue Share Finecom / Quickline Partner ist noch nicht bestimmt

Produktmanagement

3.1.4 Migration QL Mobil

Alte Mobilprodukte – keine Zwangsmigrationen

- Die **alten Produkte werden eingefroren** und die Kunden werden nicht automatisch migriert.
- Sobald die Datenoption 500 verfügbar ist (Mitte September), werden die Kunden jedoch mit einem Vorschlag zur Migration angeschrieben.

Altes Produkt (vor 1.10.2012)

300 Kunden mit Option 250MB für 7.50 CHF

772 Kunden

Budget 10.--

Die neue Option: 500MB für 15.-- CHF

Basic

Basic hat 500MB inklusive. Usage: 150MB

36 Kunden

Start 40.--

Start hat 100MB inklusive. Mit neuer Option 500 = 55.-- / Mt

Extra

Hat 1000MB inklusive. Usage: 200MB

17 Kunden

Talk / Surf 65.--

Entscheid Telefonie / Surf

Issue für eine Zwangsmigration

- Ungleiche Angebote Alt und Neu im Bereich Daten
- Neu mit Option teurer
- Ausserordentliches Kündigungsrecht besteht



Produktmanagement

3.1.5 Upsell-Promo QL Mobil

Ziel: Mobil bei bestehenden AiO-Kunden verkaufen

- Zielgruppe: AiO-Kunden
«Postcard» mit zwei Botschaften «Mobil-TV» und «Neue Mobilabos»
- Rechnungsgutschrift über CHF 100.- bei Wechsel zu Quickline-Mobil oder Abschluss eines neuen Mobilabos, für AiO-Bestandskunden und AiO-Neukunden (bisher Einzelprodukt-Kunde).
- Relevant für Gutschrift-Berechtigung: Bestelldatum (nicht Aufschalttermin)
- Promo-Laufzeit: Ab 1.6. bis 31.08.2013
- Bedingung:
 - Bestehender Kunde!
 - nur bei Abschluss bei KNU oder online (nicht bei Mobilezone oder Post)
- **Versanddatum: Mitte Mai**



21



Produktmanagement

3.1.5 Upsell-Promo QL Mobil

Inhalt – Postcard «Quickline goes Mobile»

Quickline goes Mobile

Ab sofort profitieren unsere geschätzten All-in-One Kunden doppelt

Quickline Mobil-TV
Jetzt in Ihrem AiO gratis dabei!



- ✓ Live TV in HD Qualität
- ✓ Über 100 Sender
- ✓ Zeitversetzt Fernsehen mit «Freeze»

Für alle das richtige!
Die neuen Mobil-Abos mit AiO Rabatt

<i>Von Allem etwas nur für Dich!</i>	<i>Telefonieren so viel Du magst!</i>	<i>Surfen so viel Du magst!</i>	<i>Deine Freiheit sorglos genießen!</i>
Start	Talk	Surf	Flat
AiO Rabatt CHF 5.- 35.- statt 40.-	AiO Rabatt CHF 5.- 60.- statt 65.-	AiO Rabatt CHF 5.- 60.- statt 65.-	AiO Rabatt CHF 5.- 105.- statt 110.-

Jetzt zu Quickline wechseln und profitieren!
100.- Rechnungsgutschrift
 bei Bestellung eines Mobilabos



22



Produktmanagement
3.1.6 Kombi-Angebot Take2

Umsetzung Take2s

Übersicht

Umgang mit bestehenden Kunden:

- Ausgangslage
- Wie und wann den Kunden informieren
- Angebot
- Termine
- Technische Umsetzung

Beratung von Neukunden:

- Welche Produktkombinationen nicht mehr anbieten
- Informationen an den PoS



23



Produktmanagement
3.1.6 Kombi-Angebot Take2

Umsetzung Take2s

Umgang mit bestehenden Kunden

Ausgangslage:

- Mit der Einführung der Take2-Kombis haben sich verschiedene Situationen ergeben, wo der bisherige Kunde heute mehr zahlt und weniger Leistung erhält, als wenn er auf ein Take2 wechselt.
- Insbesondere für All-in-One-Kunden, welche keine Festnetz-Telefonie mehr brauchen, drängt sich ein Take2 auf.
- Viele der betroffenen Kunden sind noch in einer Mindestvertragslaufzeit oder möchten sofort wechseln und nicht die 3-monatige Kündigungsfrist abwarten.
- **Heute im QMC umgesetzt ist: Beliebiger Wechsel von Einzelprodukt-Kombinationen auf Kombi-Produkt auf nächsten Arbeitstag hin möglich. Bei Kombi zu Kombi-Wechsel müssen Vertragslaufzeiten berücksichtigt werden.**
- **Wer heute ein Kombi bestellt (zum ersten Mal), erhält automatisch die Promo (falls vorgesehen).**
- **Bestehende Kombi-Kunden, welche ein Upgrade machen wollen, erhalten keine neue Promo.**



24



Produktmanagement
3.1.6 Kombi-Angebot Take2

Umsetzung Take2s

Vorgehensvorschlag «betroffene Kunden»

Angebot:

- Die Kunden **mit Einzelprodukt-Kombinationen** sollen **mit einem Brief angeschrieben** werden, in dem ihnen die neuen Take2 präsentiert werden.
- Der **Kunde muss von sich aus eine Wahl treffen** und wenn er etwas ändern will, so muss er sich gemäss den Anweisungen im Brief melden.

Termine und technische Umsetzung:

- Die beschlossene Lösung kann ab sofort kommuniziert und vom Kunden genutzt werden.
- Alle betroffenen Kunden **mit Einzelprodukt-Kombinationen** werden zweite Hälfte Mai angeschrieben, so dass der Wechseltermin vom 1. Juni 2013 genutzt werden kann.

25





Produktmanagement
3.1.6 Kombi-Angebot Take2

Umsetzung Take2s

Migrationsplan

		Take2 HD	Take2 HD Premium	Take2 Start	Take2 Talk	Take2 Surf	Take2 Flat
		71.10	86.10	80.-	105.-	105.-	130.-
Bronze	70.-	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Bronze mit Mobil	70.-	✗	✗	✓	✓	✓	✓
Silver	85.-	✗	✓	✗	✗	✗	✗
Silver mit Mobil	85.-	✗	✗	✗	✓	✓	✓
Gold	91.10	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Gold mit Mobil	91.10	✗	✗	✗	✓	✓	✓
Platin	121.10	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Platin mit Mobil	121.10	✗	✗	✗	✗	✗	✓

Kombiwechsel ergibt neue Mindestvertragslaufzeit

26





Produktmanagement
3.1.6 Kombi-Angebot Take2

Umsetzung Take2s

Vorgehensvorschlag «betroffene Kunden»

Antrag:

- Die PV beschliesst das vorgeschlagene Vorgehen im Umgang mit bestehenden Kunden, welche auf ein Take2-Kombi umsteigen wollen.

 27



Produktmanagement
3.1.6 Kombi-Angebot Take2

Umsetzung Take2s

Beratung von Neukunden

- Verschiedene Produktkombinationen dürfen am PoS nicht mehr aktiv verkauft werden, da die gleichen Leistungen in anderen Kombinationen günstiger erhältlich sind. Der Kunde würde sich betrogen vorkommen, wenn er sich dessen bewusst wird.
- Bei verschiedenen Produktkombinationen sollen im Internet-Bestellprozess das sinnvollere Angebot im «Upsell-Popup» gezeigt werden, damit der Kunde auf die ungünstige Kombination aufmerksam wird.
- Die Informationen an den PoS erfolgen in den nächsten Tagen.
- Die Umsetzung im Bestellprozess ist im Juni vorgesehen.

 28



Produktmanagement
3.1.7 Preisanpassung Take2

Preisanpassung aufgrund Fehler

Die UHG muss hinzugeschlagen werden

- An der PV vom 13. Dezember 2012 wurde beschlossen, die Urheberrechtsgebühr von CHF 1.10 pro Monat auf die beschlossenen Preise für Take 2 mit Verte! hinzuzuschlagen.
- Die zu kommunizierenden Preise müssten CHF 71.10 für Take2 HD und CHF 86.10 für Take2 HD Premium, statt CHF 70.- bzw. 85.-
- Beim Finecom-Produktmanagement ging dies vergessen.
- Die UHG soll ab der ersten Rechnung zusätzlich verrechnet werden, allerdings mit einer gleichzeitigen Gutschrift im gleichen Umfang und zwar für die gesamte Mindestvertragsdauer (12 Monate).
- Die neuen Preise sollen ab dem nächstmöglichen, sinnvollen Termin angepasst werden.



29



Produktmanagement
3.1.8. Senderangebot

Aktuelle Informationen zum Senderschalttag 23.4.

Antragsentscheid gemäss Doodle-Abstimmung:

Verschlüsselte Ausstrahlung im Grundangebot Plus HD für CHF 5.-
RTL HD und Co. werden allesamt ins bestehende Grundangebot Plus HD platziert. Sofern das Paket nicht inkludiert (Verte!, All-in-One) ist, bezahlt der Kunde CHF 5.- monatlich fürs Grundangebot Plus HD. In diesem Pakte sind aktuell alle nicht öffentlich rechtlichen bzw. nicht ersten Programme jener Sender welche wir sowohl in SD als auch HD verbreiten.



30



Produktmanagement

3.1.9 MPEG-4-Transcoding

Timing

Phase 1:	Datum:	29. Oktober 2013
	Betroffene Sender:	Sprachpakete
	Geschätzte Anzahl STB:	1'400 (QL-Verbund ohne WWZ)
Phase 2:	Datum:	Januar 2014
	Betroffene Sender:	Themenpakete
	Geschätzte Anzahl STB:	600 (QL-Verbund ohne WWZ)
Phase 3	Datum:	März 2014
	Betroffene Sender:	3. dt. Programme (reines HD)
	Geschätzte Anzahl STB:	12'000 (QL-Verbund ohne WWZ)



31



Produktmanagement

3.1.9 MPEG-4-Transcoding

Vorgehensvorschlag bei «betroffenen Kunden»

Argumente:

- Es handelt sich um treue Kunden
- Kunden mit anderen Dienstleistungen könnten bevorzugt behandelt werden
- Es geht darum, Kunden nicht zu verärgern und zu verhindern, dass sie zu Swisscom (Gratis-TV) wechseln

- Vorschlag a) Empfehlung Marketinggruppe
Jeder Partner soll die für ihn passende Lösung umsetzen.
- Vorschlag b) Empfehlung Finecom: Einheitliches Vorgehen
Die HD-STB soll gratis abgegeben werden.

- Variante) falls kein Mehrheitsentscheid für Vorschlag b) vorliegt:
Einheitliche Promotion: CI-Modul + Smartcard schenken oder HD STB zum einheitlichen Promo-Preis von CHF 90.—
(gilt nur bei Bezug beim KNU, nicht beim Vertriebspartner)



32

Produktmanagement
3.1.10 Pay-TV Strategie

In weiteren kleinen Schritten zum Umbau

Sukzessive Erweiterung HD Premium

NEUES TIMING: Umbau abgeschlossen per Q2 2014

1.11.12

Grundangebot Plus HD (CHF 5.-, 41 Sender, 16 HD)

HD Premium (CHF 16.-, 16 HD)

SD-Themen: Doku, Film, Fam, Sport, Musik (CHF 5.-, CHF 5.-, CHF 5.-, CHF 5.-, CHF 5.-)

Q2 2014: Plus diverse neue HD-Programme, Premium CHF 25.-, Diverse Programme in HD (Simulcast), SD-Themenpakete werden eingeführt

CHF 10.-, 10 HD-Sender

QUICKLINE MULTIMEDIA ANSCHLUSS

33

Produktmanagement
3.1.10 Pay-TV Strategie

(*)NEUFORMATION BASIS+

2 Frequenzen (KNU): 1 TS Pay-TV, 1 TS Free-TV

Bestehender TS

Reine HD-Versionen 3. dt. Programme (*)

Transcoding Pay Sprachen (29.10.13)

Neue HD-Pay Sender (29.10.13)

Transcoding Pay Sparten (13.1.14)

Neue HD-Pay Sender (13.1.14)

Kommunikative Einfrierung SD Themen (23.4.14)

Big Bang (Neues Senderkonzept / Neue Pay-TV-Strategie / Nur HD) (23.4.14)

Start Austausch STB (1.6.13)

Austausch STB (1.6.13 -> 29.10.13)

Austausch STB (29.10.13 -> 13.1.14)

Austausch STB (13.1.14 -> 11.3.14)

Migration SD Pay Themen (bis Ende 2015) (23.4.14)

Jun 2013 | Aug | Okt | Dez | Feb 2014 | Apr | Jun '14

Bestehender TS: CRIME, passion, Livina

bio., SPORT HD, HISTORY

© DIGITAL CABLE GROUP

34



Produktmanagement
3.1.11 Quickline Mobil-TV

Quickline Mobil-TV ist in zwei Varianten verfügbar

- **All-in-One Bronze/Silber**
 - Live TV (SD Sender)
 - **Option zu AiO Bronze/Silber für zusätzliche 4.00 CHF**
 - Live TV (HD Sender)
 - Freeze über 30 Stunden auf allen Sender
- **All-in-One Gold/Platin und NEU: Take2 HD und Take2 HD Premium**
 - Live TV (SD/HD Sender)
 - Freeze über 30 Stunden auf allen Sender



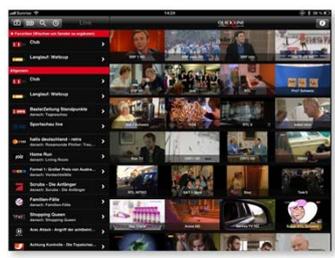
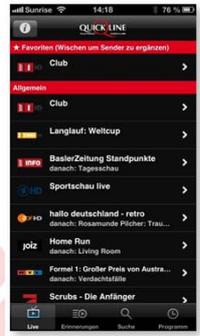
35



Produktmanagement
3.1.11 Quickline Mobil-TV

Nutzung / Umfang

- Als App für iPhone, iPad, iPod touch, Android Tablett und Smartphone sowie für PC (Browser)
- Über 100 TV Sender (inkl. den meisten Regionalsender)
 - Angebot ist nicht komplett identisch mit dem Digital TV/Radio Grundangebot



36



Produktmanagement
3.1.11 Quickline Mobil-TV

Testversuch

- Testversuch wird ab ca. mitte April 2013 starten, weitere Informationen folgen per E-Mail
- Go-Live geplant Mai 2013
 - Abhängig vom approving Prozess bei Apple (iTunes Store), deshalb kann kein präziser Termin vorausgesagt werden.



37

Traktanden

<p>1. Protokoll (E)</p> <p>2. Reporting der Aboentwicklung (I)</p> <p>3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS</p> <p>3.1 Produktmanagement</p> <p>3.1.1 Termine (I)</p> <p>3.1.2 Business-Angebot (I)</p> <p>3.1.3 Produktportfolio QL Mobil (E)</p> <p>3.1.4 Migration QL Mobil (E)</p> <p>3.1.5 Upsell-Promo QL Mobil (E)</p> <p>3.1.6 Kombi-Angebot Take2 (E)</p> <p>3.1.7 Preisanpassung Take2 (E)</p> <p>3.1.8 Senderangebot 23.4. (I)</p> <p>3.1.9 MPEG-4-Transcoding (E)</p> <p>3.1.10 Pay-TV Strategie (I)</p> <p>3.1.11 QL Mobil-TV (E)</p>	<p>3.3 Vertrieb</p> <p>3.3.1 Outbound (I)</p> <p>3.3.2 Post (I)</p> <p>3.3.3 mobilezone (I)</p> <p>4. AUS DER TECH-KOMMISSION (I)</p> <p>5. Inputs und Fragen der QL-Partner</p> <p>6. Diverses</p> <p>6.1 Verte! STB Prozesse (I)</p> <p>6.2 New Ticketing (E)</p> <p>6.3 AGBs Mobil (I)</p> <p>6.4 Stellenmarketing Quickline (I)</p> <p>7. Nächste Sitzungen</p>
---	--

3.2 Kommunikation

3.2.1 Übersicht Kommunikationsplan 2013 (I)

3.2.2 Mai-Kampagne (I)

3.3.3 Umzugsset (I)

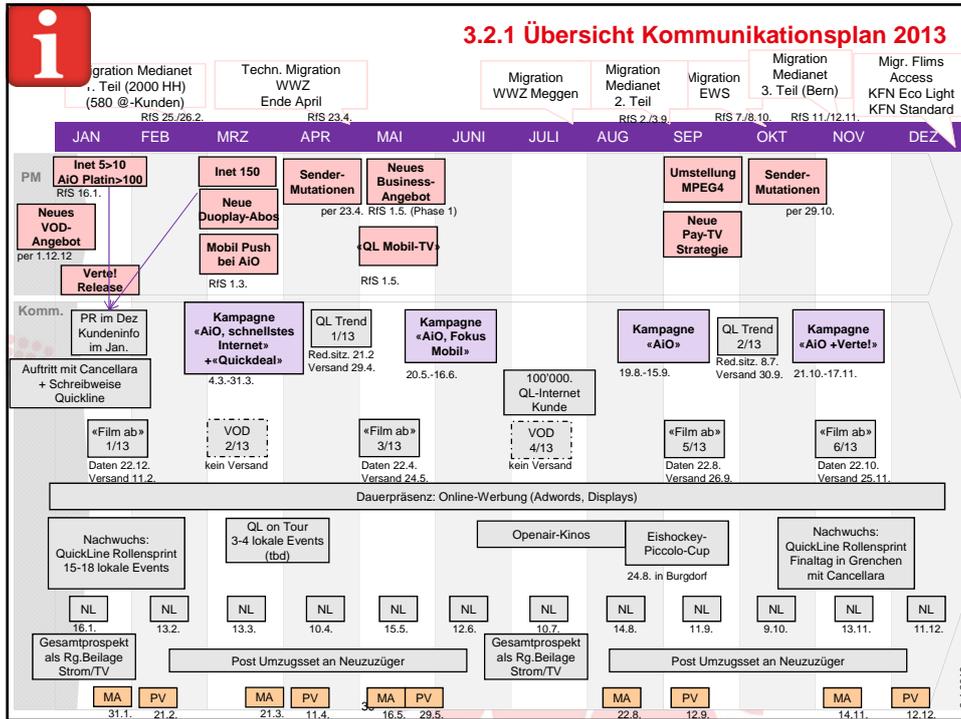
3.3.4 Komm.plan QL Mobil-TV (I)

3.3.5 Komm.plan MPEG4-Umschaltung (I)

3.3.6 Rollensprint (I)



38



Kommunikation 3.2.2 Mai-Kampagne

Sujet wurde im MA ausgewählt

Kampagnen-Details

Kampagnen-Dauer: 20.5. bis 16.6.2013
 Ziel Verkauf: Mobil / Quadruple-Play
 Kernbotschaft: 5 neue Mobilabos im attraktiven Quadruple-Paket

Media-Mix:

Massnahme Mai	Media	Produktion
Flyer als Laschen-Streammailing (1x)	40'000.00	40'000.00
Plakate	120'000.00	18'000.00
RG Beilage bestehende Kunden	0.00	0.00
Online-Werbung	0.00	
Inserate in Regional- und Lokalblättern	35'000.00	
POS / Material-KNUs	0.00	5'000.00
Kreation		25'000.00
Reserve	17'000.00	
Zwischentotal	212'000.00	88'000.00
Gesamttotal		300'000.00

Das gibst Du nie mehr aus der Hand.
Internet, Digital TV, Festnetz- und Mobiltelefonie. Jetzt neu mit Mobil TV dazu.

www.quickline.com QUICKLINE PARTNER LOGO

Liebe Grüsse
Fabian Cancellara



Kommunikation
3.2.3 Post Umzugsset

Analyse und Entscheid ist im MA erfolgt

Der Vertrag Umzugsset wird 2 Jahre verlängert werden

Situation:

- Seit Aug. 2011 ist der Quickline-Flyer bei allen QL-Gebieten im Umzugsset der Post.
- Für diese Beilage haben wir mit der Post einen Vertrag. Mit Branchenexklusivität.
- Ca. 25'000 Kontakte/Jahr
- Der Vertrag läuft im Juli 2013 aus.



- Vertragsverlängerung 2 Jahre
= CHF 25'000/Jahr (1.00/Kontakt)

41



Kommunikation
3.2.4 Kommunikation QL Mobil-TV

Vorgehen mit MA abgesprochen

Lancierung per Mai 2013

Info/Botschaft

- AiO Gold/Platin und Take2 HD/HD Premium erhalten «Vollversion» mit «HD+Freeze» gratis
- AiO Bronze/Silber erhalten «SD-Version», Option «HD+Freeze» im myQuickline für 4.-/Mt. abonnieren

Kommunikationsplan

- Pressemitteilung 10. April (**zusammen mit Sender-Neuheiten**)
- Info/News auf Website anfangs Mai (sobald Freigabe durch Apple)
- Info im QL Trend und QL Newsletter anfangs Mai (Red.schluss Trend = 1.4.)
- Info im Kampagnen-Flyer ab Mitte Mai
- **Postkarten-Mailing an alle AiO-Kunden ca. Mitte Mai**
ca. 34'000 Kunden. Porto (47 Rp/Ex.) durch KNU!
Botschaft: Mobil-TV neu gratis im AiO (Motto: tue Gutes und sprich darüber)
sowie Info neues Mobil-Angebot und Promo Bestandeskunden



42

i

Kommunikation

3.2.5 Kommunikation Umstellung MPEG 4

Transcoding Sprach-Pakete per 29. Oktober 2013

Situation

Info/Botschaft

Kommunikationsplan

- Vorgehensvorschlag gemäss Abstimmung (Punkt 3.1.9)
- Umschalten auf neueres Codiersystem
- betroffen: ältere STB mit Scart statt HDMI (Bildlich darstellen) sowie ältere TV-Geräte mit Modul

bis Ende Aug.

Mitte Sep.

ab Mitte Sep.

ab anfangs Okt.

anfangs Okt.

43



i

Kommunikation

3.2.6 Rollensprint

Rückwand, Roll-up und co.











44





Kommunikation
3.2.6 Rollensprint

Kommunikationsplan Lancierung Rollensprint

Datum	Massnahme
18.04.2013	Aufschaltung Website www.rollensprint.ch
18.04.2013	Aufschaltung Rollensprint Facebook-Seite
18.04.2013	Newsbericht auf der Swiss Cycling Website
18.04.2013	Newsbericht im Swiss Cycling Newsletter
18.04.2013	Einbettung Rollensprint in Swiss Cycling Website
29.04.2013	Bericht in Ready to Ride
18.04.2013	Pressemitteilung
Weiterführende Kommunikation	
Datum	Massnahme
	Flyer
	Hotspot im Swiss Cycling Newsletter
	Kalendereintrag auf den Rollensprint Website
	Newsberichte auf der Rollensprint Website
	Rollensprint Facebook-Seite: Photos, Videos, kurze Statusmitteilungen



45



Kommunikation
3.2.6 Rollensprint

Daten Quickline Rollensprint Challenge

Datum	Partner	Austragungsort	Stand Reservation
25.05.2013	Localnet	Burgdorf	✓
30.05.2013	GAG	Grenchen	✓
01.06.2013			EWA prüft Datum
15.06.2013	GARH	Herzogenbuchsee	✓
29.06.2013	KFN	Stans	✓
05.08.2013	ESAG	Lyss	Anfrage Kids Day offen
17.08.2013	Renet	Langenthal	✓
24.08.2013	Flims Electric	Flims	✓
31.08.2013	GAW	Solothurn	✓
07.09.2013	Energie Belp	Belp	✓
14.09.2013	QL-Party	Biel	✓
21.09.2013	Valaiscom	Brig	✓
28.09.2013	ebl	Worb	✓
05.10.2013	WWZ	Zug	✓
19.10.2013	GB Muri	Muri	✓
26.10.2013	ggsnet	Oensingen	✓
16.11.2013	Finaltag	Grenchen	✓

Weitere Reservationen:

- 23.5.-26.5. Buga, Localnet
- 30.9.-6.10. EKZ Zugerland, WWZ
- 19.10.-27.10. Zugermesse, WWZ
- 26.10.-28.10. Ziebelimäret, ggsnet
- 17.08. Eröffnung Zentrum, ebl

Offizielle Daten:

- 3.5.-12.5. Kickoff: BEActive
- Sowie verschiedene Radevents in der Schweiz (Organisation Swiss Cycling)



46

Traktanden	
1. Protokoll	(E)
2. Reporting der Aboentwicklung	(I)
3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS	
3.1 Produktmanagement	
3.1.1 Termine	(I)
3.1.2 Business-Angebot	(I)
3.1.3 Kombi-Angebot Take2	(E)
3.1.4 Preisanpassung Take2	(E)
3.1.5 Produktportfolio QL Mobil	(E)
3.1.6 Migration QL Mobil	(E)
3.1.7 Upsell-Promo QL Mobil	(E)
3.1.8 Senderangebot 23.4.	(I)
3.1.9 MPEG-4-Transcoding	(E)
3.1.10 Pay-TV Strategie	(I)
3.1.11 QL Mobil-TV	(E)
3.2 Kommunikation	
3.2.1 Übersicht Kommunikationsplan 2013	(I)
3.2.2 Mai-Kampagne	(I)
3.3.3 Umzugsset	(I)
3.3.4 Komm.plan QL Mobil-TV	(I)
3.3.5 Komm.plan MPEG4-Umschaltung	(I)
3.3.6 Rollensprint	(I)
3.3 Vertrieb	
3.3.1 Outbound	(I)
3.3.2 Post	(I)
3.3.3 mobilezone	(I)
4. AUS DER TECH-KOMMISSION	(I)
5. Inputs und Fragen der QL-Partner	
6. Diverses	
6.1 Verte! STB Prozesse	(I)
6.2 New Ticketing	(E)
6.3 AGBs Mobil	(I)
6.4 Stellenmarketing Quickline	(I)
7. Nächste Sitzungen	

47



 Vertrieb 3.3.1 Outbound	
Erfahrungsbericht aktuelle Projekte	
Internet – Only / HD-Premium	
Anzahl Kunden Total:	56'464
Vom 5.11. bis 23.3. Kunden erreicht:	19'898
Getätigte Calls:	108'516
Erfolgreich verkauft an:	843 Kunden
Topseller:	407 AiO Bronze 190 AiO Gold 67 Fixnet

48



i

Vertrieb
3.3.1 Outbound

Erfahrungsbericht aktuelle Projekte

Internet – Only / HD-Premium / Take Rate

	Anrufe	Gespräche erfolgreich	in %
Typologie	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Upsell Internet	69712	10198	6.0%
Upsell HD	38804	9700	2.4%
Sales (Huttwil)	1142	325	3.1%

49

i

Vertrieb
3.3.1 Outbound

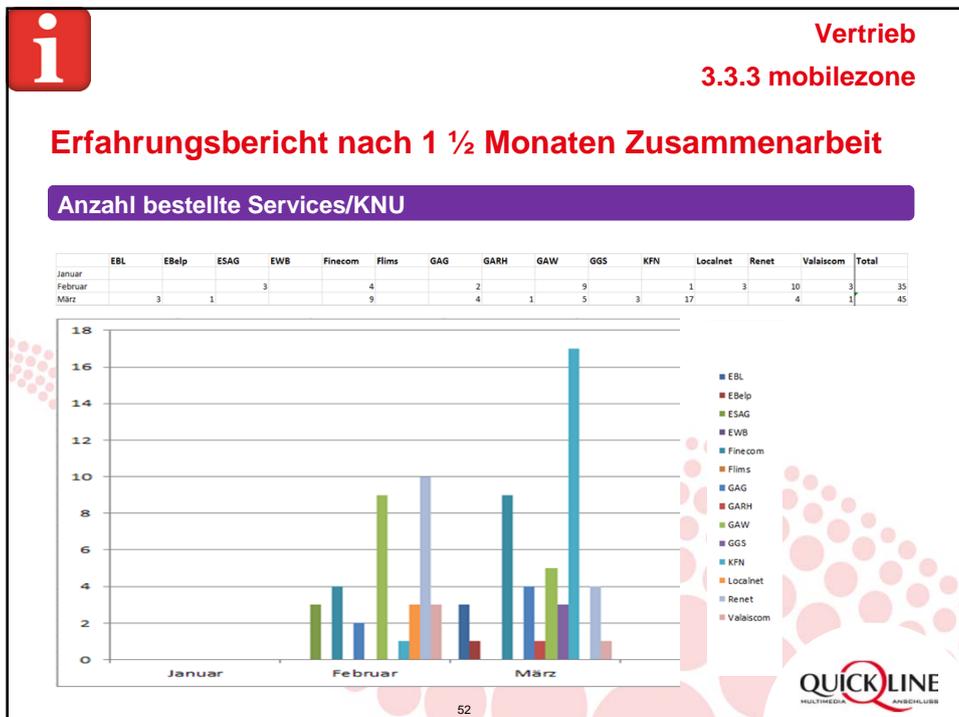
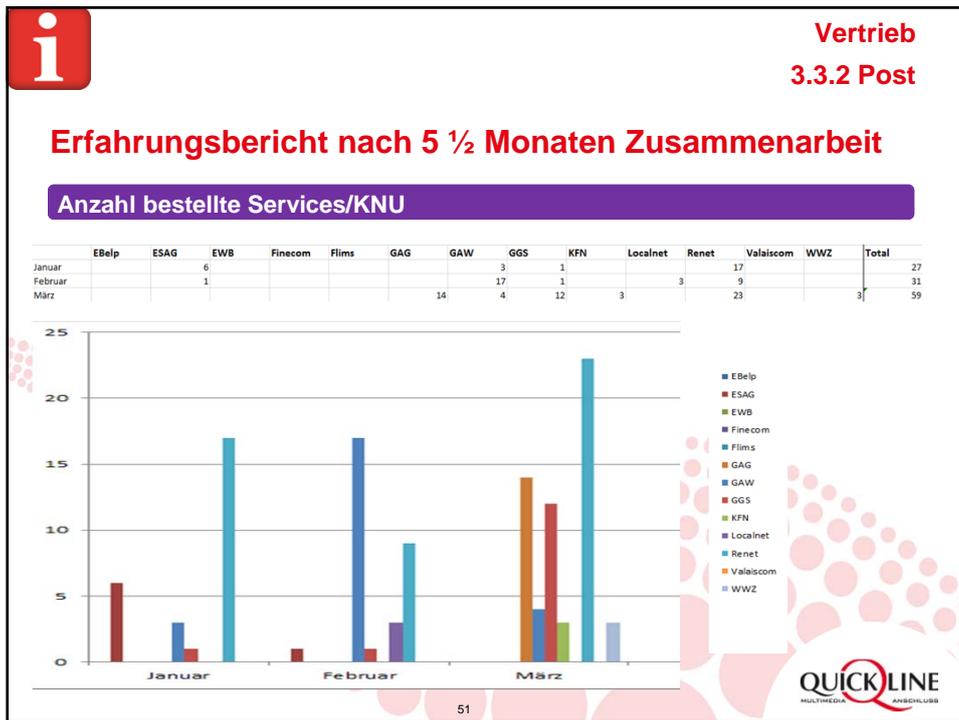
Internet – Only / HD-Premium

Partner	Adressen offen	Ausschöpfung
Energie Belp AG	63	87 % ausgeschöpft
Energie Seeland AG	115	88 % ausgeschöpft
Energie Wasser Aarberg AG	147	65 % ausgeschöpft
Fincom GBM / Geissbühler	50	85 % ausgeschöpft
Flims Electric AG	167	2 % ausgeschöpft
GA Region Grenchen	147	90 % ausgeschöpft
GA Region Herzogenbuchsee AG	127	85 % ausgeschöpft
GA Weissenstein GmbH	400	84 % ausgeschöpft
GM Muri	68	85 % ausgeschöpft
ggs	470	85 % ausgeschöpft
KFN Niedwalden Ag	453	47 % ausgeschöpft
Localnet AG	330	
Renet AG	830	50 % ausgeschöpft
Valaiscom AG	504	57 % ausgeschöpft
WWZ Wasserwerke Zug AG	4825	17 % ausgeschöpft

Rot = Projekt wird nicht weiterverfolgt

Grün = Projekt wird weitergeführt

50



Traktanden			
1. Protokoll	(E)	3.3 Vertrieb	
2. Reporting der Aboentwicklung	(I)	3.3.1 Outbound	(I)
3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS		3.3.2 Post	(I)
3.1 Produktmanagement		3.3.3 mobilezone	(I)
3.1.1 Termine	(I)	4. AUS DER TECH-KOMMISSION	(I)
3.1.2 Business-Angebot	(I)	5. Inputs und Fragen der QL-Partner	
3.1.3 Kombi-Angebot Take2	(E)	6. Diverses	
3.1.4 Preisanpassung Take2	(E)	6.1 Verte! STB Prozesse	(I)
3.1.5 Produktportfolio QL Mobil	(E)	6.2 New Ticketing	(E)
3.1.6 Migration QL Mobil	(E)	6.3 AGBs Mobil	(I)
3.1.7 Upsell-Promo QL Mobil	(E)	6.4 Stellenmarketing Quickline	(I)
3.1.8 Senderangebot 23.4.	(I)	7. Nächste Sitzungen	
3.1.9 MPEG-4-Transcoding	(E)		
3.1.10 Pay-TV Strategie	(I)		
3.1.11 QL Mobil-TV	(E)		
3.2 Kommunikation			
3.2.1 Übersicht Kommunikationsplan 2013	(I)		
3.2.2 Mai-Kampagne	(I)		
3.3.3 Umzugsset	(I)		
3.3.4 Komm.plan QL Mobil-TV	(I)		
3.3.5 Komm.plan MPEG4-Umschaltung	(I)		
3.3.6 Rollensprint	(I)		

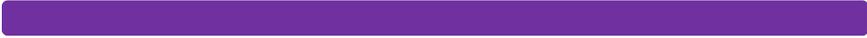
i

4. Aus der Tech-Kommission

Mündliche Info durch Nick Gast

i

5. Inputs und Fragen der QL-Partner





55

Traktanden

<p>1. Protokoll (E)</p> <p>2. Reporting der Aboentwicklung (I)</p> <p>3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS</p> <p>3.1 Produktmanagement</p> <p>3.1.1 Termine (I)</p> <p>3.1.2 Business-Angebot (I)</p> <p>3.1.3 Produktportfolio QL Mobil (E)</p> <p>3.1.4 Migration QL Mobil (E)</p> <p>3.1.5 Upsell-Promo QL Mobil (E)</p> <p>3.1.6 Kombi-Angebot Take2 (E)</p> <p>3.1.7 Preisanpassung Take2 (E)</p> <p>3.1.8 Senderangebot 23.4. (I)</p> <p>3.1.9 MPEG-4-Transcoding (E)</p> <p>3.1.10 Pay-TV Strategie (I)</p> <p>3.1.11 QL Mobil-TV (E)</p> <p>3.2 Kommunikation</p> <p>3.2.1 Übersicht Kommunikationsplan 2013 (I)</p> <p>3.2.2 Mai-Kampagne (I)</p> <p>3.3.3 Umzugsset (I)</p> <p>3.3.4 Komm.plan QL Mobil-TV (I)</p> <p>3.3.5 Komm.plan MPEG4-Umschaltung (I)</p> <p>3.3.6 Rollensprint (I)</p>	<p>3.3 Vertrieb</p> <p>3.3.1 Outbound (I)</p> <p>3.3.2 Post (I)</p> <p>3.3.3 mobilezone (I)</p> <p>4. AUS DER TECH-KOMMISSION (I)</p> <p>5. Inputs und Fragen der QL-Partner</p> <div style="border: 1px solid purple; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <p>6. Diverses</p> <p>6.1 Verte! STB Prozesse (I)</p> <p>6.2 New Ticketing (E)</p> <p>6.3 AGBs Mobil (I)</p> <p>6.4 Stellenmarketing Quickline (I)</p> </div> <p>7. Nächste Sitzungen</p>	
---	--	--



56



6. Diverses
6.1 Verte! STB Prozesse

Einleitung

- In den letzten 7 Monate sind über 2000 Verte! STB retourniert worden
 - z.T. ohne Fehlerbeschrieb
 - Ohne Defekt
 - Teils beschädigt
 - etc.

- Klarer und einfacher End-to-End Prozess, welcher für alle Prozessbeteiligten eine definierte Leitlinie ist



57



6. Diverses
6.1 Verte! STB Prozesse

Neukunden

- Sämtliche an den KNU gelieferten STB werden neu Quartalsweise à CHF 250 verrechnet
- Quartalsweise Rückvergütung aufgrund der Anzahl aktiver Verte! STB
- Umzüge zwischen den KNU werden in der Abrechnung automatisch berücksichtigt und in Abzug gebracht
- Aufgabe der KNU: Durchführen eines einmaligen Inventars bei jedem Partner der per 1. Mai 2013 nicht aufgeschalteten Verte! STB.



58



6. Diverses
6.1 Verte! STB Prozesse

Abrechnungsbeispiel:

zB: Periode: Q3 (1. Juli – 30. September 2013)

Bezogene Verte! STB: 200Stk. à CHF 250	CHF 50'000
Differenz aktive Verte! STB: 175 Stk. à CHF - 250	CHF -43'750
<ul style="list-style-type: none"> • Per 30. Juni: 5000 STB • Per 30. September: 5175 STB 	
Zurückgesendete Boxen aus Kündigungen	CHF - 500
Kosten für beschädigte Boxen, etc.	CHF 150
Total	CHF 5'900

(Wegzüge und Zuzüge werden automatisch berücksichtigt)



59



6. Diverses
6.1 Verte! STB Prozesse

Prozess für defekte STB

- Pro STB ist ein RMA Formular über das TicketXPert mit einem genauen Fehlerbeschreibung zu lösen
- STB sind gesammelt zusammen mit Formular an Also Logistik zu schicken
- KNU erhält pro eingesendete STB eine entsprechende Ersatz STB (ohne Zubehör)
- Bei beschädigtem Gehäuse oder nicht entfernten Kleber werden ca. 50 CHF in Rechnung gestellt
- Falls STB gem. Prüfbericht des Hersteller als funktionsfähig eingestuft wird, werden die Unkosten ca. 75 CHF an den Partner weiterverrechnet



60



6. Diverses
6.1 Verte! STB Prozesse

Prozess für STB aus Kündigungen (nicht defekte STB)

- STB gesammelt zusammen mit einem speziellen Formular an Also Logistik einsenden
- Falls STB Gehäuse Beschädigungen aufweist oder nicht entfernte Kleber werden ca. 50 CHF Unkosten in Rechnung gestellt
- Der KNU erhält eine entsprechende Transferpreis Gutschrift auf der Quartalsabrechnung
- Bei STB, welche vor Ablauf der Mindestvertragsdauer aus anderen Gründen als Wegzug aus QL Gebiet oder Todesfall gekündigt wurden, werden die Wiederaufbereitungskosten in Rechnung gestellt, sofern die STB eingesendet wird

61





6. Diverses
6.2 New Ticketing

Ziel: Einheitliches Ticketsystem für alle Partner

Ausgangslage

- Das Ticketsystem wurde aus der Migration WWZ herausgelöst und bildet nun ein eigenständiges Projekt
- Es soll allen Partnern ein einheitliches und leistungsfähiges Ticketsystem zur Verfügung gestellt werden
- Eine Muss-Kriterien-Liste wurde bereits im letzten Jahr erstellt
- Dino Wiedemar löst Hanspeter Lingg als Projektleiter ab
- RfS ist Mitte 2014

62





6. Diverses
6.2 New Ticketing

Nutzen von New Ticketing

Inhalt

- Einfache Anpassung**
 Bei neuen Produkten oder Anpassungen können die Änderungen selber vorgenommen werden
- Leistungsstarke Schnittstellen**
 Auf Knopfdruck können z.B. Modemwerte direkt ausgelesen werden und alle relevanten Daten (Stammdaten, Kundennummern, gekaufte Produkte, Ticket-Historie, usw.) werden übernommen
- Vordefinierte Workflows**
 Effizientere Ticketabarbeitung dank weniger Klicks
- Diverse Reporting-Möglichkeiten**
 Automatisch, einfach, übersichtlich
- Erhöhte Kompatibilität**
 Modularer Aufbau lässt Erweiterungen (z.B. an mobile Geräte) zu



63



6. Diverses
6.2 New Ticketing

Ziel: Einheitliches Ticketsystem für alle Partner

Anträge

- Die PV heisst das Projekt New Ticketing gut
- Es wird eine Mitarbeit von vier Partnern erwartet, die die Anforderungen der anderen Partner vertreten und bei der Umsetzung mitwirken



64



6. Diverses
6.3 AGBs Mobil

Es gibt Anpassungen in den AGBs Mobil

- Fair use Klausel
- Ausweitung auf Zubehör Gewährleistungen (Anpassungen aufgrund gesetzlichen Vorgaben)

Information gegenüber Endkunden:

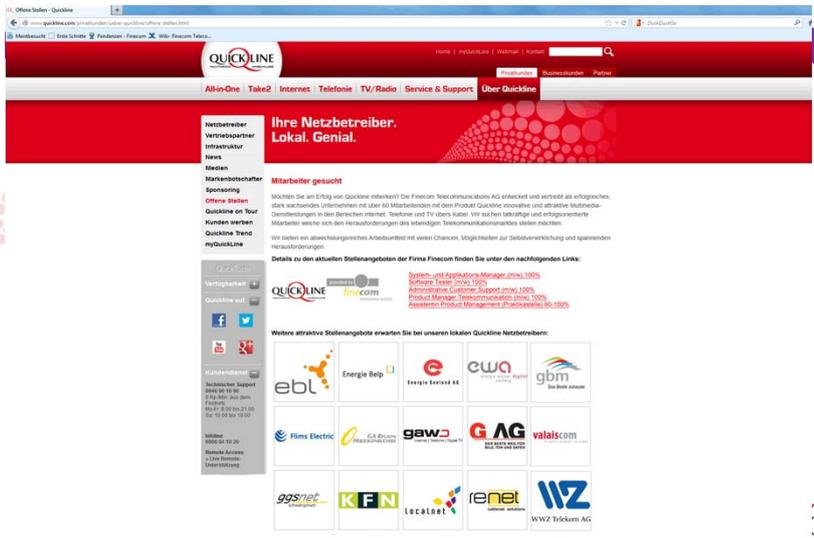
- via Newsletter
- Info im Trend (Seite Mobil)
- Info auf Website quickline.com



65



6. Diverse
6.4 Stellenmarketing Quickline



The screenshot shows the Quickline website with a navigation bar, a main banner for 'Ihre Netzbetreiber. Lokal. Genial.', and a section for 'Mitarbeiter gesucht' (Job openings). Below this, there are logos for various network operators and service providers, including Energie Belg, e-wa, gbm, ebl, Flins Electric, CA BROWN, gaw, G AG, valaiscom, gsmnet, KFN, Localnet, ienel, and WZ Telekom AG.

66

i

6. Diverses
6.4 Stellenmarketing Quickline

Vorschlag Seitenaufbau Stellenmarketing Quickline

Bei Klick auf ein **Partnerlogo** gelangt der User auf die Zielseite des Quickline-Partners.

67

Hand icon

7. Nächste Sitzung

Antrag: nächste Sitzungen Start bereits um 10.00h (mit Sandwichs)?

29. Mai 2013	Mittwoch	13.30-17.30h	Residenz-au-Lac, Biel
12. September 2013	Donnerstag	13.30-17.30h	Residenz-au-Lac, Biel
12. Dezember 2013	Donnerstag	13.30-17.30h mit Apéro	Residenz-au-Lac, Biel

Das Jahresessen findet erst im Februar 2014 statt

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

68