

Protokoll Quickline Partnerversammlung



Sitzungsleitung	Nicolas Perrenoud	Sitzungsdatum	27.08.2015	Sitzungszeit	13.30 - 18.30
Protokoll	Jacqueline Blaser	Protokolldatum	14.09.2015		
Sitzungsort	Residenz au Lac, Biel	Dateiname	15-08-27_QL PV_protokoll		

Anwesend	Vorname, Name	Kürzel	KNU	Kürzel
	David Hummel (stv. A.Koessler)	DHu	EBL Telecom Media AG	EBL
	Thomas Seiderer	TSe	Energie Belp AG	Belp
	Renato Mantese	RMa	Energie Seeland AG	ESAG
	Fritz Aeschbacher	FAe	Energie Wasser Aarberg AG	EWA
	Christian Gerber	CGe	EWS Energie AG	EWS
	Martin Maron	MMa	Flims Electric	Flims
	Kurt Hohler	KHo	GA Grenchen AG	GAG
	Hans-Jörg Köchli	HKö	GA Region H'buchsee AG	GARH
	Marcel Eheim	MEh	GA Weissenstein GmbH	GAW
	André Schneider	ASc	Gemeindefetriebe Muri	GBM
	Roger Kälin	RKä	ggsnet schwängimatt	GGs
	Jörg Hauser	JHa	interGGA	IGA
	Christian Bircher	CBi	KF Nidwalden AG	KFN
	Marcel Stalder	MSt	Localnet AG	LOC
	Matthias Grossenbacher	MGr	Renet AG	RENET
	Günter Seewer	GSe	Valaiscom AG	VAG
	Stefan Nieland	TRe	Wasserwerke Zug AG	WWZ
	Hanspeter Meili	HMe	Yetnet	Yetnet
	Mark Thommen	MTh	Quickline Business AG	QLBAG
	Markus Definti (M.Ming/A.Wiget)	MDe	Quickline Business AG	QLBAG
	Nicolas Perrenoud	NPe	Quickline AG	QLAG
	Patrick Kocher	PKo	Quickline AG	QLAG
	Frédéric Goetschmann	FGö	Quickline AG	QLAG
	Remond Krebs	RKr	Quickline AG	QLAG
	Nick Gast	NGa	Quickline AG	QLAG
	Marc Loosli	MLo	Quickline AG	QLAG

Entschuldigt	Vorname, Name	Kürzel	KNU	Kürzel

Verteiler	Quickline Verbund Kader
------------------	--------------------------------

Die Präsentation „QL PV 27.08.15 inklusive Beilagen“ wurde vorgängig versendet.
Die aktualisierte Version der Präsentation 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	wer / wann
0.	Organisation / Quickline-Verbund	
(I)	Als neues Mitglied im Quickline-Verbund begrüßen wir Hanspeter Meili, CEO vom Yetnet Kabelnetzverband mit 28 Genossenschaften und rund 25'000 Haushalten aus den Kantonen Aargau, Solothurn und Baselland. Die Migration erfolgt im 3. Quartal 2016.	
1.	Protokoll	
(I)	Keine Bemerkungen. Das Protokoll wird verdankt und einstimmig verabschiedet.	

2.	Reporting der Kundenentwicklungen	
(I)	<p>FGö präsentiert das Reporting der Halbjahreszahlen. Details siehe Folienpräsi. Overall war die Entwicklung im ersten Quartal besser als im zweiten Quartal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet: Aufschaltungen best. Partner immer noch höher als Vorjahr. Leichte Wachstumsabnahme Q2, dennoch organisches Wachstum über Vorjahr. Penetration steigt um 1.4%-Punkte auf Ø 39.6%. interGGA-Migration führt zu Mehrkunden jedoch tieferen ARPU. Grund: iGA hatte einige Kleinst- und Light-Abos, welche wir übernahmen. • Telefonie: Wachstum über Vorjahr im Q2 jedoch Wachstumsverlangsamung feststellbar. Penetration steigt um 1.4%-Punkte auf Ø 24.2%. Steigende Anzahl Telefoniekunden bei stagnierendem Umsatz. • Verte!: Wachstum unter Vorjahr. Stabiler Verte-ARPU im Jan-Juni. Penetration steigt um 0.9%-Punkte auf Ø 8.1%. • Benchmark: Quickline-Wachstum im Internet und Festnetz deutlich höher als die Konkurrenz. Im TV-Bereich werden Anzahl Haushalte ausgewiesen. Organisches Wachstum deutlich tiefer, obwohl in Internet und Telefonie höher als Konkurrenz. Im Bereich Telefonie weist Quickline Festnetz- und Mobiltelefonie zusammen aus. Wir haben aktuell rund 5'000 Mobilkunden. 	
(I)	<p>NP: Insgesamt sind wir noch gut unterwegs, jedoch muss beachtet werden, dass sich das Wachstum - trotz Verte! Plus - im zweiten Quartal verschlechtert hat. Bei den Mitbewerbern ist dies nicht der Fall.</p>	
(I)	<p><u>Diskussion: Wahrnehmung der Partner? Markteinschätzung? Churnrate?</u></p> <p>MGr: Haben Kündigungsgründe ausgewertet, nur ein ganz kleiner Teil ist auf technische Probleme o.a. zurückzuführen. Der Grossteil sind Wegzüge.</p> <p>GSe: Churnrate macht ihm Sorgen, weil Konkurrenz stärker geworden ist. Heute ist es viel schwieriger, Kunden zurückzuholen und Neukunden zu gewinnen. Wer wechselt, ist meistens für immer weg. Insbesondere auch bei Grundanschlüssen.</p> <p>MMa: Stellt Aussage in der Quickline MM in Frage. Basis der Anbieter ist sehr unterschiedlich. Kunde nimmt wahr, dass Sunrise im TV-Bereich viel besser ist als wir.</p> <p>TSe: Springender Punkt ist der massiv höhere Aufwand im Kundensupport, oft auch wegen Instabilität der TV-Plattform.</p> <p>MEh: Marktsättigung ist spürbar. Zielsetzung "mit Verte! keine Internet-Kunden zu verlieren" schaffen wir nicht mehr.</p> <p>SNi: Haben Marketingarbeiten intensiviert und v.a. auch mit Outbound zusätzliches Wachstum (10-30%) generiert. Anstrengungen sind hoch, aber es lohnt sich.</p> <p>NPe: Nur 4 Partner investieren in Outbound und Retention-Massnahmen. Warum werden Marktbearbeitungsmassnahmen nicht intensiviert?</p> <p>GSe: Valaiscom macht alle diese Massnahmen, kann aber von diesen Wachstumswahlen nur träumen.</p> <p>SNi: Es muss auch das Potential angeschaut und entsprechend differenziert werden.</p> <p>HKö: Ihm fällt auf, dass der Servicechampion "etwas in die Jahre gekommen" ist. Konkurrenz hat uns überholt, nicht nur in der Produktpalette, sondern auch im Umgang mit Kunden oder Öffnungszeiten. Kundenpflege und eine freundliche Beratung werden immer relevanter.</p> <p>SNi: Eine Studie belegt, dass Absprungrate höher ist je weniger Services ein Kunde hat.</p> <p>NPe: Wettbewerb und Zukunft wird noch intensiver. Eine Zeitbombe ist auch unsere versteckte Kommunikation der Grundanschluss-Gebühren.</p> <p>TSe: Swisscom macht zur Zeit auch aktiv wieder Door-to-Door.</p>	

3.	Produktmanagement	
3.1	Mobile only	
(I)	PKo erläutert die Idee des Produktdesigns "Mobile only". Details inkl. Business Rules siehe Folienpräsentation.	
	<u>Diskussion/Fragen</u>	
(I)	MTh: Ist dies auch für Geschäftskunden? Heute ist es QMC-technisch nicht möglich, einem GK ein Mobile anzubieten. - Antwort: Nein, es ist das falsche Produkt für GK. MMa: Was ist wenn der Kunde wegzieht? Antwort: Analog heutigen Rules kann es der Kunde behalten und wird dann durch QLAG weitergeführt. MEh: Sieht kein Potential und keinen Gewinn bei "Mobile only". NPe: Es ist nicht rentabel, aber ein Türöffner. GSe: Sieht dies als Investition in Zukunft. Junge Leute brauchen keinen TV-Anschluss mehr. Sie decken alles über ihr Mobile-Abo ab. Wir müssen uns weg vom "Käbeler" hin zum Mobile-Anbieter positionieren. MMa: Seine Kinder sind gute Botschafter. Das neue Mobile-Abo ist sehr attraktiv und kommt gut an. Der Prozess sollte noch vereinfacht werden. MEh: CHF 500 für offene Rechnungen kann nicht gehandhabt werden, würde Limiten begrüssen. Debitorenverlust auf 12 Monate? MLo: Kunde kann Infos definieren bez. Limiten. Auch KNU erhält Infos zeitnah. SNI: 50% Debitorenanteil kann so noch nicht akzeptiert werden, es muss eine Lösung gesucht werden, vgl. auch Abstimmung im Mark.Ausschuss.	
(P)	KHo: GAG muss jeden 10. aus Bonitätsgründen ablehnen. Prozesse im Debitorenverlust müssen noch verfeinert werden. NPe: Es gibt 3 Risiken, auf die wir verweisen: 1. Bonitätsprüfung: im Zweifelsfall ablehnen. 2. Während Rechnungsperiode on the run überwachen. 3. Wenn Kunde nicht zahlt. Muss Lösung gefunden werden. GSe: Es kann nicht sein, dass wegen Risiken und Prozessproblemen ein Produkt nicht eingeführt wird. NPe: Wir sind gefordert, die Prozess-Risiken bestmöglich zu eliminieren. Es gibt Spezialfälle, die nicht ausgeschlossen werden können (v.a. in Zusammenhang mit Auslandtelefonie/Fall WWZ), bei welchen eine kulante Lösung gefunden werden muss. QLAG ist nicht bereit, das volle Debitorenrisiko zu tragen. MEh: Der administrative Aufwand ist sehr hoch. Möchte Antrag stellen, die 12 Monate zu streichen. HKö: Entnimmt dem MA-Protokoll, dass der Mark.ausschuss die Beteiligung von 50% am Debitorenverlust durch Quickline nicht unterstützt. Warum? TSe: Es gab keine Ablehnung, sondern Stimmenthaltungen, weil es noch offene Punkte im Bereich Prozesse/Rahmenbedingungen gibt. NPe: Für diese offenen Punkte muss noch verfeinerte Lösung gesucht werden. CGe: Sie haben viele Kunden aus dem WWZ-Gebiet, welche mit kaputten Handys kommen und Support beanspruchen. Wie wird das geregelt? - Antwort: Muss bilateral angeschaut werden.	PKo/TPGruppe
(P)	SNI: Der Usecase WWZ (Auslandtelefonie) muss ausgeklammert und bilateral gelöst werden. MMa: Unterstützt den Entscheid der Mark.Gruppe. Die Gruppe hat wertvolle Vorarbeit geleistet.	WWZ/QLAG
	<u>Antrag/Abstimmung</u>	
(E)	1. Die PV unterstützt die Öffnung für «Mobile only». Der Antrag wird einstimmig angenommen.	
(E)	2. Die PV unterstützt die Business Rules für «Mobile only». Der Antrag wird mit 1 Enthaltung (GAW) angenommen.	
(E)	3. Die PV unterstützt die Beteiligung durch Quickline von 50% an den Debitorenverlusten Mobile only innerhalb der ersten 12 Monate (Usecase WWZ ausgeklammert). Der Antrag wird mit 2 Gegenstimmen (GAW, ggsnet) angenommen.	

(E)	<p>Gegenantrag GAW: unbeschränkter Debitorenverlust durch Quickline. Dafür: 2 (GAW, ggsnet). 1 Enthaltung (EWA). Die restlichen Partner sind dagegen. Der Gegenantrag wird abgelehnt.</p>	
3.2	Quickline Office - Kommunikation	
(I)	M.Ming informiert über die Online- und Offline-Kommunikationsmassnahmen zur Einführung der neuen Office-Produktpalette.	
3.3	Quickline Office - Prozesse	
(I)	<p>A.Wiget: Zusammenarbeit mit den Partnern ist in diesem Segment sehr wichtig. Für spezifische oder regionale Bedürfnisse können zusammen Lösungen erarbeitet werden.</p> <p>Der Kunde erwartet eine hohe 1st Level Lösungsrate bei einer Störungsmeldung oder Anfrage. QL Office- Produkte sind komplexer als Privatkunden- Produkte. Dadurch müssen alle KUDI-Mitarbeiter der KNU's stets gute und rasche Unterstützung erhalten.</p> <p>Der Marketingausschuss hat die QL BAG mit der Entwicklung eines neuen Support-Prozesses beauftragt. Zur Entwicklung wurde eine ERFA- Gruppe gebildet.</p>	
(I)	<p>AWi präsentiert den Lösungsvorschlag mit einer zentralen 24/7-Nummer auf 0840 777 177. Details siehe Folienpräsentation. Voraussetzung zur Umsetzung: Wenn der SLA- Premium angeboten wird muss eine zentrale Pikett Nummer pro KNU vorhanden sein, damit der Pikett aufgeboden werden kann.</p>	
(I)	<p><u>Diskussion/Fragen</u> FAe: Per wann könnte dies eingeführt werden? Antwort: ca. 1 Monat Umsetzungszeit (realistisch ca. November).</p>	
(E)	<p><u>Antrag/Abstimmung</u> Die PV genehmigt die Umsetzung des neuen Support-Prozesses für Quickline Office Kunden. Der Antrag wird einstimmig angenommen</p>	
(I)	<p>Weitere Fragen (im Vorfeld eingereicht):</p> <p>- FTTH? Noch technische Probleme (Möglichkeit mit fixer IP-Adresse). <u>Diskussion: Wie ist die Einschätzung der Partner - wie wichtig ist dies? Macht es Sinn, dies auf FTTH im ersten Schritt ohne fixe IP-Adresse einzuführen?</u> GSe: Ist nicht ideal, aber damit könnte man leben. Wichtig ist, dass das Portfolio identisch abgebildet wird mit symmetrischen Bandbreiten. MEh: Sieht das Migrationsproblem bei Wechsel von HFC auf FTTH. Per wann kann es gelöst werden? Business-Produkte ohne fixe IP-Adresse ist schwierig. HKö: Was ist der Grund? Per wann können wir damit rechnen? RKR: Komplexität mit der fixen IP-Adresse ist enorm. Im alten Produkt wurde es nicht richtig abgebildet. Q1/Q2 2016 wird angestrebt. NPe: Time to market ist wichtig. Wir sprechen aber nur von einer kleinen Kundenanzahl.</p>	
(P)	Weiteres Vorgehen: QL BAG nimmt die Inputs auf, und erarbeitet für den nächsten Mark.Ausschuss konkrete Lösung und Roadmap.	QLBAG / MA
(I)	<p>- Mobile für Geschäftskunden? Mit der Einführung von "Mobile only" kann es theoretisch auch für Geschäftskunden im Quickline-Gebiet angeboten werden. Mit der Mobile-App ist folgendes Szenario möglich: Viele wollen heute Privat und Geschäft trennen. Anstelle von zwei Handys kann mit der Mobile-App die Geschäfts-Nr. ein- und ausgeschaltet werden. One Number-Konzept.</p>	

	<p><u>Diskussion: Brauchen wir ein Mobile-Abo für KNUs?</u> MSt: Sieht Need, weil Kunden dies bei Swisscom haben können. RMA: App wäre cool, aber es funktioniert mit iPhone nicht richtig. AWi: Das ist in der Tat unschön, ist ein Bug und muss behoben werden. PKo: Ist der Meinung, dass wir ein Business-Angebot brauchen, v.a. für grössere Unternehmen. MMA: Wir brauchen eine KMU-Lösung. Tel.Anlage inkl. Mobile. Es sollte nicht Privat- und Business-Verträge geben. App ist auch gut. Beides realisieren. TSe: Durch Mark.Ausschuss eine Lösung ausarbeiten lassen. MEh: App ist eine gute Lösung, muss jedoch funktionieren. HKö: Unterstützt das Votum von MEh. Sie haben viele Kleinunternehmen, die das Mobile-App benutzen. Es hat noch Bugs, könnte aber zum Renner werden.</p>	<p>Mark.Ausschuss</p>
(P)	Weiteres Vorgehen: Mobile in Businessportfolio aufnehmen, jedoch mit weniger hohe Priorität.	QLBAG
3.3	Quickline Office - Portfolio Ausblick	
(I)	MTh gibt einen Ausblick in die geplante zukünftige Office-Welt. Details siehe Folienpräsentation.	
3.4	Quickline Vision - Status	
(I)	<p>NGa orientiert über den Stand von QL Vision. Gutes will Weile haben – aber Schritt für Schritt nähern wir uns unserem Ziel. Für den Zielhorizont 1. Semester 2016 sind wir auf Kurs. Details zum Stand der Arbeiten siehe Folienpräsentation.</p> <p><u>Fragen/Diskussion</u> TSe: Zeithorizont für Testboxen? NGa: Möchte keinen Termin nennen. Zuerst kommen die Pretests. GSe: Launch 1. Semester? NPe: Zieltermin ist Q2. Friendly-User Tests werden anfangs Jahr durchgeführt. TSe: Wie sieht Szenario Verte!-Boxen aus? FGö: Verte!-Boxen-Nachproduktion seitens Kathrein ist sichergestellt. TSe: Wann wird Ressourcen-Problematik bei Quickline besser? Bsp. Extranet? NPe: Wir müssen priorisieren. Es sind viele Ressourcen an das Projekt gebunden, das ist leider eine Tatsache und unschön.</p>	
3.5	Quickline Vision - Schulung / Anleitungen	
(I)	<p>PKo: Wir stecken voll in der Go-to-Market-Phase. Schulungsthemen werden Zielgruppenspezifisch zusammengefasst und «massgeschneidert». Die Schulungsunterlagen für das jeweilige Themenpaket werden nur 1x erstellt und je nach Bedarf in andere Schulungsblöcke integriert. Die Schulung erfolgt durch die für das Schulungspaket verantwortliche Person, wobei hier nach dem Prinzip «train the Trainer» verfahren werden soll. Details siehe Folienpräsentation.</p>	
(I)	Eine Zusammenstellung der Anleitungen/Dokumentation befindet sich in der Folienpräsentation.	
8.	Diverses	
8.1	One Spirit	
(I)	<p>NPe informiert über die geplante Reorganisation der Quickline-Gruppe. Details gemäss Folienpräsentation. Stichtag Kommunikation nach Aussen: 1. Oktober 2015.</p>	

8.2	Smart Metering	
(I)	<p>Die Strategische Initiative «Smart Metering» wird innerhalb des Initiativen-Portfolio der Quickline AG nicht mehr weiterverfolgt.</p> <p>Zur Unterstützung der Partner in ihren Metering/ZFA-Projekten stellt Quickline jedoch ein einheitliches Internet-Abo mit seitens Partner einheitlich zu definierenden Eigenschaften bereit.</p> <p>Zur Definition des Abo wird seitens Quickline vorgeschlagen, einen Workshop zwischen den interessierten Partner aufzusetzen (Koordination durch Quickline).</p> <p>Zu beachten gilt, dass alle heute bestehenden Lösungen auf das neue «Abo» zu migrieren sind.</p> <p><u>Diskussion: Besteht Interesse an einem solchen Workshop?</u></p> <p>KHo: Kosten-Vorstellung liegt etwa bei CHF 5.--/Mt. Wenn wir deutlich darüber liegen, müssen wir davon absehen. Für GAG ist das Projekt gestorben.</p> <p>CBI: Solange BFE nicht einschreitet, besteht die Gefahr, dass wir das Projekt zweimal erarbeiten.</p> <p>NPe: Vor genau diesen Hintergründen wurde der Entscheid gefällt, das Projekt zu stoppen.</p> <p>HKö: Nutzen das Netz für das und leiten Daten weiter.</p>	
(E)	Weiteres Vorgehen: Projekt zurückstellen. Wenn jemand Zeitdruck spürt, soll er sich melden.	
8.3	One Number	
(I)	PKo informiert über die geplante Umsetzung der "Inbound-Nummer" für Privatkunden. Es gibt neu nur noch eine Gratis-Nummer (0800 84 10 20), auch kommunikativ. Umsetzung mit dem Produkt-Redesign per 3. November.	
(P)	HKö: Wenn Kunden telefonisch vom KUDI an KNUs weitergeleitet werden, wird die 084xxxxx Nummer des KUDI angezeigt und nicht die des Kunden. Kann dies an der Tel.Anlage vom KUDI geändert werden? Wird überprüft.	N.Gast
	Weitere Themen (durch QL-Partner eingereicht):	
8.4	Wireless (Input Localnet)	
(P)	Aus Zeitgründen wurde auf dieses Thema nicht eingegangen.	nächste PV
8.5	Kommunikation bei Störungen (Input Renet)	
(I)	<p>Bei der Pendenz geht es um die zeitnahe Information bei grösseren Problemen und Ausfällen von Produkten gegenüber den Partnern.</p> <p>PKo informiert, dass der Prozess zwar aufgesetzt ist, jedoch infolge Ferienabwesenheiten nicht funktionierte. Daraus lernen wir und setzen entsprechende Massnahmen auf.</p>	
(I)	<p>Aktuelles Problem: RKr erläutert die technische Situation des DHCP-Servers. Das Problem sollte mit dem gestrigen Software-Update gelöst worden sein. Am Sonntag gab es ein zusätzliches Problem mit dem Edge-Server. Der Alarm wurde zu spät ausgelöst. Vom Zeitpunkt der Bekanntgabe konnte das Problem innert einer Stunde behoben werden.</p>	
(I)	<p><u>Diskussion</u></p> <p>TSe: Fehler können passieren. Es gab enorm viele Kunden-Anfragen. Wenn schon nur ein kleiner Hinweis auf der Website gewesen wäre, hätte dies vieles abgedeckt.</p> <p>KHo: Es ist so, dass seit ein paar Wochen arge Reklamationen eingetroffen sind. GAG hat 50.-- Gutschrift gegeben. Könnte man eine gesamte Aktion machen analog Total-Ausfall?</p> <p>NPe: Ist eine Güterabwägung. Gemäss unserem KUDI-Report gab es keine Call-Zunahme, obschon alle Kunden betroffen sind.</p>	

<p>(E)</p> <p>(P)</p>	<p>MGr: Haben das mit den Gutschriften auch so gehandhabt. Sie stellen aber fest, dass viele Kunden die Faust im Sack machen. Obschon es über mehrere Monate stabil lief, ärgert es nun seit mehreren Wochen.</p> <p>NPe: TSe: Es fehlt immer noch das Monitoring-Gefäss, um Probleme einzugeben. Es dauert zu lange von der Problemerkennung bis zur Information. Störungsmecano bei Swisscom läuft besser.</p> <p>Entscheid weiteres Vorgehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keine Massengutschrift. Kulantes Vorgehen im Einzelfall und Gutschrift-Feld benutzen. - Störungs- und Informationsprozess nochmals überprüfen. 	<p>QLAG (PKo/NGa)</p>
-----------------------	--	-----------------------

27.8.2015 | Quickline Partnerversammlung

Quickline Partnerversammlung

27. August 2015

Entschuldigt: A.Koessler (stv D.Hummel)

Neu dabei: Hanspeter Meili, Yetnet



Agenda

- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll der letzten Sitzung | (E) | 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | (I) | 6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission | |
| 3. Produktmanagement | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 3.1 Mobile Only | (E) | 8. Diverses | |
| 3.2 Quickline Office - Kommunikation | (I) | 8.1 Organisation - One Spirit | (I) |
| 3.3 Quickline Office - Support Prozess | (E) | 8.2 Smart Metering | (I) |
| 3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick | (I) | 8.3 One Number | (I) |
| 3.5 Quickline Vision - Status | (I) | 8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner | (I) |
| 3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen | (I) | | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |





Genehmigung des Protokolls der PV vom 18.06.2015

Entscheide	Ja	Nein
Genehmigung: <i>Die Partnerversammlung genehmigt das Protokoll vom 18.06.2015</i>	✓	
Anpassungen: <i>Keine</i>	✓	

Agenda

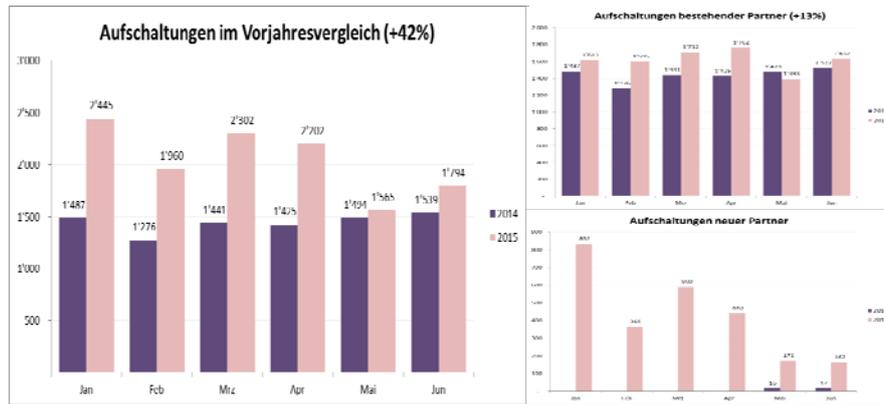
- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll der letzten Sitzung | (E) | 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | (I) | 6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission | |
| 3. Produktmanagement | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 3.1 Mobile Only | (E) | 8. Diverses | |
| 3.2 Quickline Office - Kommunikation | (I) | 8.1 Organisation - One Spirit | (I) |
| 3.3 Quickline Office - Support Prozess | (E) | 8.2 Smart Metering | (I) |
| 3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick | (I) | 8.3 One Number | (I) |
| 3.5 Quickline Vision - Status | (I) | 8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner | (I) |
| 3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen | (I) | | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |

2. Reporting der Kundenentwicklungen



Aufschaltungen best. Partner immer noch höher als Vorjahr

Internetaufschaltungen im Vorjahresvergleich



Seite 5

27.8.2015 | Quickline Partnersversammlung

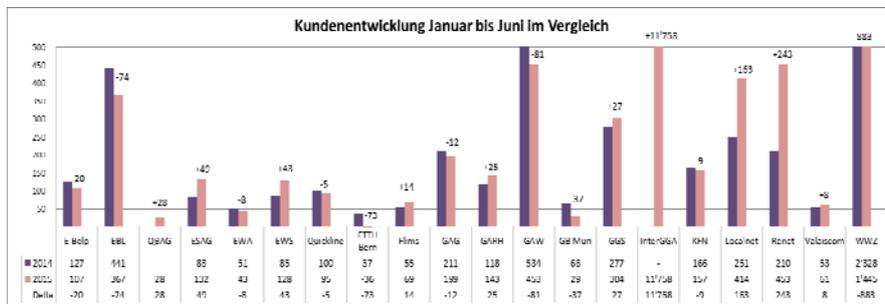


3. Produktmanagement



Leichte Wachstumsabnahme Q2, dennoch organisches Wachstum über Vorjahr

INTERNET – Wachstum Januar bis Juni 2014/2015



Kundenentwicklung Jan-Jun	2014	2015	Delta	in %
organisch	3'945	4'404	459	12%
anorganisch	5'166	11'945	6'779	131%
Total	9'111	16'349	7'238	79%

Anorganisch 2015: QBAG (+28), IGGA (+11'758), WWZ Böhler/RAO (+159)
 Anorganisch 2014: QBAG (+3'918), WWZ Böhler (+1'248)

Seite 6

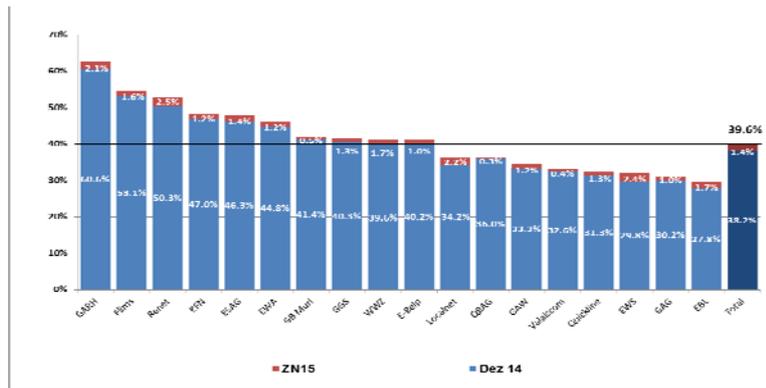
27.8.2015 | Quickline Partnersversammlung





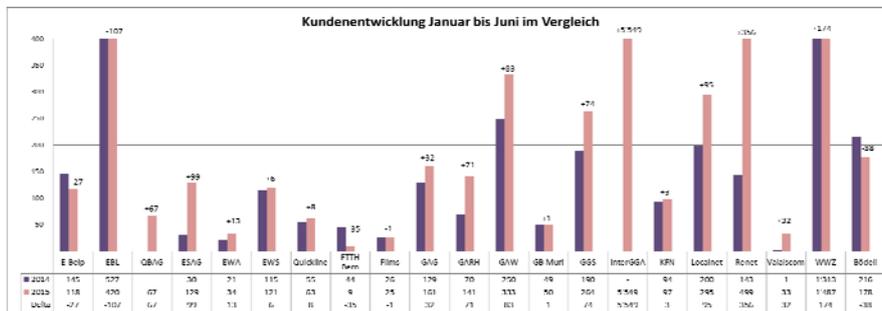
Penetration steigt um 1.4%-Punkte auf ø 39.6%

INTERNET – Penetration 2015 (exkl. interGGA)



Wachstum über Vorjahr im Q2 jedoch Wachstumsverlangsamung feststellbar

TELEFONIE – Wachstum Januar bis Juni 2014/2015



	2014	2015	Delta	in %
organisch	2883	4293	1410	49%
anorganisch	2722	5780	3058	112%
Total	5605	10073	4468	80%

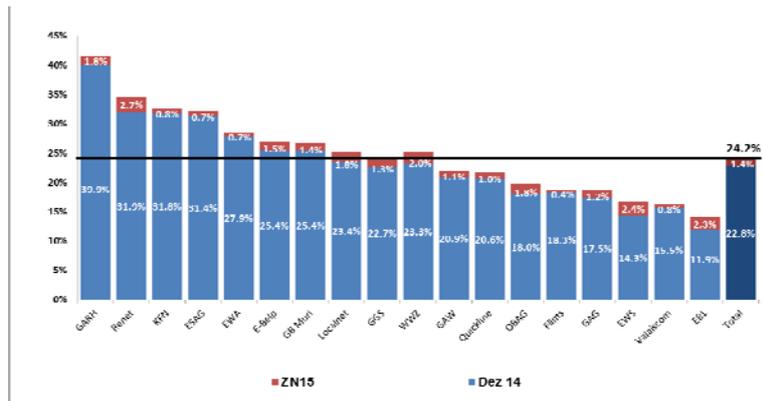
Anorganisch 2015: QBAG (+67), IGGA (+5549), WWZ RAO/Böhler (+164)
 Anorganisch 2014: QBAG (+1987), WWZ Böhler (+735)





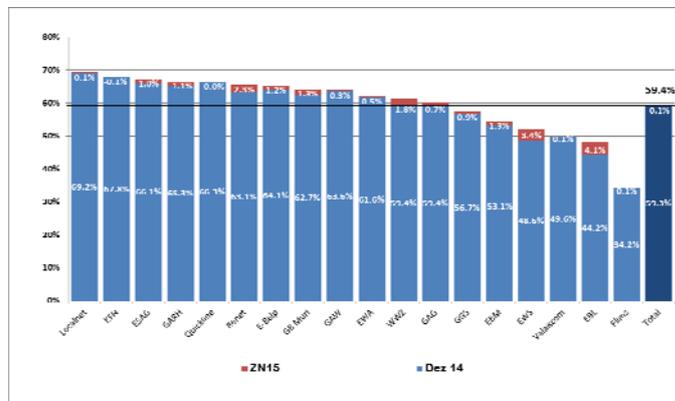
Penetration steigt um 1.4%-Punkte auf ø 24.2%

TELEFONIE – Penetration 2015 (exkl. interGGA)



Penetration steigt um 0.1%-Punkte auf ø 59.4%

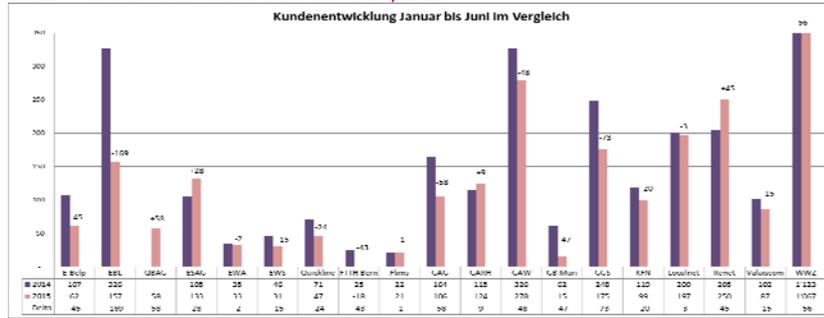
TELEFONIE – Penetration 2015 (in% der Internetkunden, exkl. interGGA)





Verte! Wachstum unter Vorjahr

VERTE! – Wachstum Januar bis Juni 2014/2015

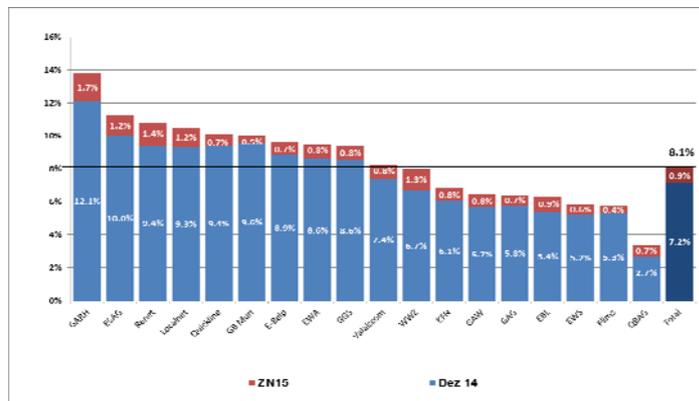


Kundenentwicklung Jan-Jun	2014	2015	Delta	in %
organisch	3209	2747	-462	-14%
Total	3209	2747	-462	-14%



Penetration steigt um 0.9%-Punkte auf ø 8.1%

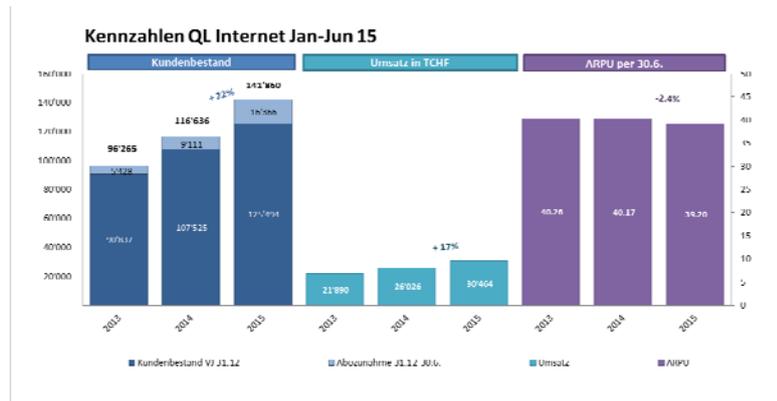
VERTE! – Penetration 2015 (exkl. interGGA)





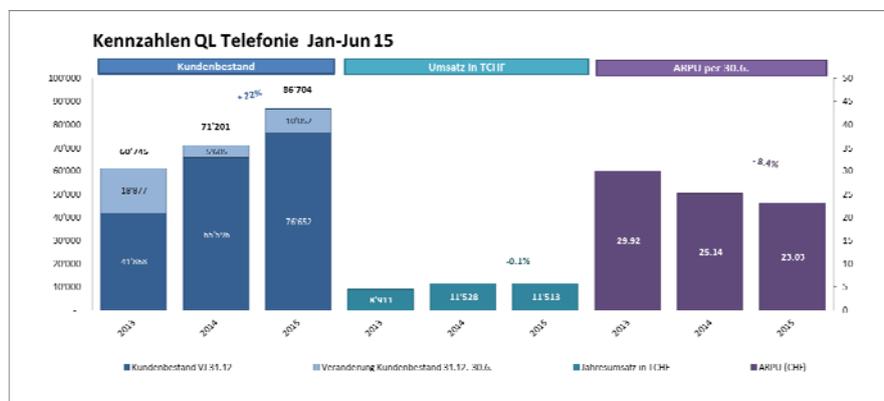
interGGA-Migration führt zu Mehrkunden jedoch tieferen ARPU

Entwicklung Quickline Internet Januar-Juni 2015



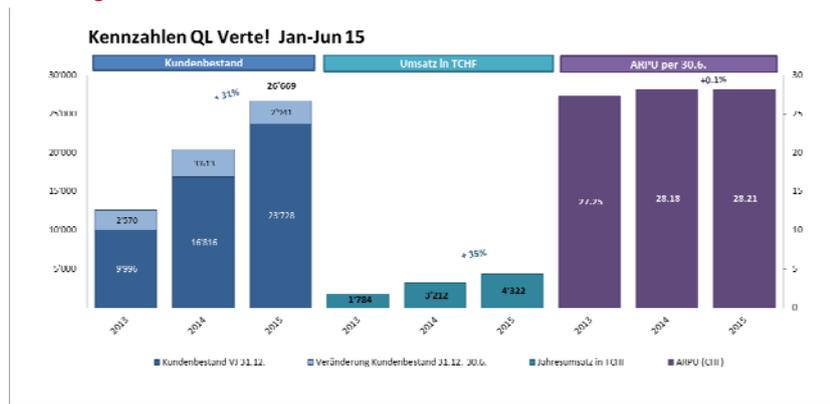
Steigende Anzahl Telefoniekunden bei stagnierendem Umsatz

Entwicklung Quickline Telefonie Januar-Juni 2015



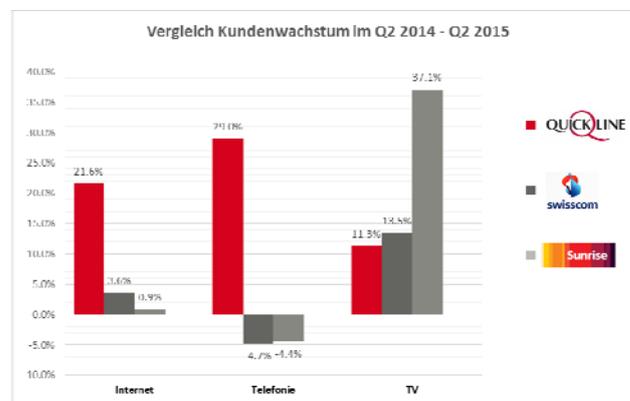
Stabiler Verte-ARPU

Entwicklung Quickline Verte! Januar-Juni 2015



Quickline-Wachstum im Internet und Festnetz deutlich höher als die Konkurrenz

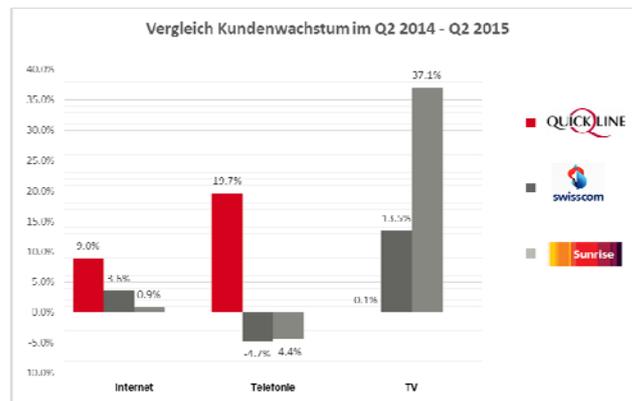
Benchmark Q2 2014 - Q2 2015 – Quickline inkl. neue Partner





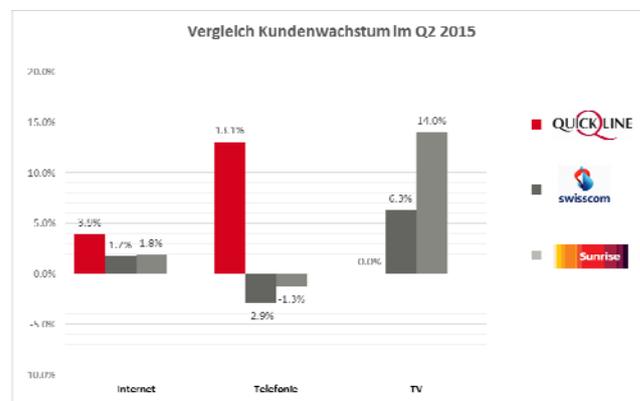
Organisches Wachstum deutlich tiefer, obwohl in Internet und Telefonie höher als Konkurrenz

Benchmark Q2 2014 - Q2 2015 – Quickline exkl. neue Partner



Trotz abnehmendem Wachstum, wächst Quickline schneller als die Konkurrenz

Benchmark Q2 2015 – Quickline exkl. neue Partner



Agenda

- | | |
|--|--|
| <p>1. Protokoll der letzten Sitzung (E)</p> <p>2. Reporting der Kundenentwicklungen (I)</p> <p>3. Produktmanagement</p> <p>3.1 Mobile Only (E)</p> <p>3.2 Quickline Office - Kommunikation (I)</p> <p>3.3 Quickline Office - Support Prozess (E)</p> <p>3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick (I)</p> <p>3.5 Quickline Vision - Status (I)</p> <p>3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen (I)</p> <p>4. Planung und strategische Fragestellungen</p> | <p>5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss</p> <p>6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission</p> <p>7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe</p> <p>8. Diverses</p> <p>8.1 Organisation - One Spirit (I)</p> <p>8.2 Smart Metering (I)</p> <p>8.3 One Number (I)</p> <p>8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner (I)</p> |
|--|--|

3. Product Management

3.1 Mobile Only

Den Erfolg von Mobile weitertreiben – Mobile only!

Ausgangslage: Ein Mobilabo kann heute nur ein bestehender Kunde bestellen. Wir wollen den Erfolg von unserem Mobilangebot nutzen und Mobile auch Neukunden ohne anderen Service von Quickline anbieten.

Pro

- ✓ **Smart kommt gut an** und ist konkurrenzfähig
- ✓ Mittlerweile wissen die Kunden das Quickline Mobile anbietet
- ✓ **Mobile als Enabler** für künftige Internet / TV Kunden nutzen
- ✓ **Bestehende Vertriebskanäle** warten schon länger darauf (Post!)
- ✓ **Mehr Kunden gewinnen** (z.B. Konkubinats Partner von bestehenden Kunden)
- ✓ **Skalierungseffekt** auf Business Case erhöhen

Contra

- ✓ Höheres **Debitorenrisiko**, da wir Kunden nicht kennen
- ✓ Auswirkung auf **Kundendienst & Betreuung**, da Mobile tendenziell mehr Support benötigt



Quickline bietet auch Nichtkunden Mobile an

Need

- ✓ Kunden wünschen Smart, da es attraktive Mobilabos sind, aber sie können Internet / TV noch nicht wechseln (Vertragslaufzeit)
- ✓ Partner von bestehenden Kunden können nur auf den Vertragsinhaber Mobile abschliessen und nicht auf ihren Namen.

Approach

- ✓ Mobile only im QL-Gebieten zulassen
- ✓ Mobile only Kunden sind auf KNU geschlüsselt
- ✓ Mobile only Restriktionen
 - max. 2 Abos pro Vertrag (sonst Workflow)
 - ab 500 CHF offene Rechnungen muss Anschluss gesperrt werden (Verantwortung KNU)
- ✓ Debitorenverlust wird zu 50/50 KNU & QL geteilt (nur Mobile-Only Kunden innerhalb der ersten 12 Monate)

Benefit

- ✓ Skalierung Business Case
- ✓ Enabler für künftige Internet & TV Kunden
- ✓ Potenzial Vertriebskanäle ausschöpfen
- ✓ Positionierung von Quickline stärken

Competition

- ✓ Quickline bietet somit alle Produkte ohne Bedingungen an, wie alle anderen
- ✓ Cablecom hat im April Mobile only ermöglicht



Business Rules für Mobile only

Strengere Regeln für eine erste Testphase

- ✓ Wir bieten Mobile-only **nur im QL-Verbundsgebiet** an - ausserhalb lassen wir noch nicht zu.
- ✓ Die Kunden werden wie gewohnt **durch den zuständigen KNU betreut**. Er bekommt wie heute SIM-Karte, Bestätigungen, etc. alles vom KNU.
Eine allgemeine erste Zuteilung zu Quickline würden den Upsell-Prozess behindern. So benötigen wir auch keine neuen Prozesse!
- ✓ Bei einer Mobil-only Bestellung werden schon heute die Ausweisdaten zwingend verlangt.
- ✓ Hat der Kunde keinen weiteren Service, kann er **max. 2 Mobilabos** bestellen. Falls mehr gewünscht werden muss dies durch KNU im Workflow bestätigt werden.
- ✓ Sollte ein Mobile-only Kunde mehr als **CHF 500 offene Rechnungen** haben, verpflichtet sich der KNU den Anschluss sofort zu **sperren**.
- ✓ Bei einem Debitorenverlust eines Mobile-Only Kunden innerhalb der ersten 12 Monate, muss der KNU einen Antrag an das QL Controlling stellen für die Beteiligung an dem Verlust (inkl. Kopien der Mahnbrieife).



5% Debitorenrisiko «Miese-Peter»

Berechnung des Debitorenrisikos

	Dez 14	Jan 15	Feb 15	Mrz 15	Apr 15		
Aufschaltungen Total	288	304	312	380	401	1'685	
Kündigungen Total	37	46	32	74	37	226	13%
Kündigungen Zahlungsmoral	5	5	2	21	12	45	3%
Kündigungen innerhalb der ersten 360 Tagen wegen Zahlungsmoral 50%	2.5	2.5	1	10.5	6	23	1.34%

	Forecast	
Aufschaltungen Total	430	
QL-Kunde	345	80%
Mobile Only	85	20%
Kündigungen Total	64.5	15%
Kündigungen Zahlungsmoral	38.7	9%
Kündigungen innerhalb der ersten 360 Tagen wegen Zahlungsmoral	21.5	5%
QL-Kunde	5.375	25%
Mobile Only	16.125	75%

Annahme:

- ✓ Erhöhung der effektiven Ausfälle von 1.34% auf 5%



DB Betrachtung KNU

Risiko für KNU wird minimiert und QL beteiligt sich

Revenue-Share Grundgebühr	5%	CHF 40.55
Vermittlungsprovision (Durchschnitt)		CHF 24.00
SIM-Karte		CHF 35.00
	DB KNU	CHF 99.56
Bestellungen pro Monat	430	CHF 42'810.8
# Mobile Only "Miese-Peter"	5%	21.5
Debitorenanteil QL	50%	
Debitorenverlust pro Fall	CHF 750.00	
Debitorenkosten KNU		CHF 8'062.50
	Neuer DB KNU	CHF 80.81



Antrag «Mobile only»

Der Marketingausschuss empfiehlt der PV die Umsetzung von Mobile Only

Entscheide	Ja	Nein
Genehmigung: <i>Die PV unterstützt die Öffnung für «Mobile only»</i>		
Genehmigung: <i>Die PV unterstützt die Business Rules für «Mobile only»</i>		
*Genehmigung: <i>Die PV unterstützt die Beteiligung durch QL von 50% an den Debitorenverlusten Mobile only innerhalb der ersten 12 Monate</i>		

*Der Marketingausschuss unterstützt die Beteiligung von 50% am Debitorenverlust durch Quickline nicht. Er ist der Meinung es müsse mehr sein.

Agenda

- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll der letzten Sitzung | (E) | 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | (I) | 6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission | |
| 3. Produktmanagement | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 3.1 Mobile Only | (E) | 8. Diverses | |
| 3.2 Quickline Office - Kommunikation | (I) | 8.1 Organisation - One Spirit | (I) |
| 3.3 Quickline Office - Support Prozess | (E) | 8.2 Smart Metering | (I) |
| 3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick | (I) | 8.3 One Number | (I) |
| 3.5 Quickline Vision - Status | (I) | 8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner | (I) |
| 3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen | (I) | | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |



Web

- Online Anmeldung
- Film
- QL Mobile App
- Vergleich klassische TVA
- Endgeräte
- iFrame



Frei wie der Wind
auch Ihre neue App

Quickline Office Duo macht Ihr System zum vollwertigen Anschluss in Ihrem Anwesenheit. Entscheiden Sie sich für ein persönliches Telefonat.

- Push-Nachricht zeigt verpasste Anrufe an. Sprachnachrichten werden automatisch an Ihr E-Mail-Konto weitergegeben.
- Volles Call-Unterstützung für „Join-meet“.
- Transparenz: umschaltbar über Desktop. Zwischen InCall und Desktop-Entwürfen sowie weitere ausgelegte Funktionen von Business-Telefonie.

App Store **Google Play**

Regeln auch Sie sich mit Ihren Unternehmen auf die Sommerzeit und profitieren Sie durch Quickline Office Duo von den Vorteilen der Cloud-Telefonie!

Preis und Lizenzierung

Preis exklusive MwSt. Preiskalender unten. Für alle neuen Abg. gilt Mindestlaufzeit 12 Monate inklusive 12 Monate Kündigungsfrist. Die Preise variieren nach exklusive Kater. Für Einzelgeräten der Partnerunternehmen. Preis und technische Änderungen vorbehalten.

Finden Sie hier das passende Gerät

Die Vorteile

- Mehrere Anrufe empfangen. Leistungen
- Hohe Anruf-Toleranz: das System erweitert oder reduziert werden kann.
- Nutzung der Telefonangebotsleistungen der Mobilfunkanbieter
- Plug & Play bei den Installation
- Automatische der Anrufzeitpunkt (Lokalzeit) via Web-Konsole-Kapital
- Interaktion in der Telefonangebotsleistungen
- Plug & Play - nur die aktiv genutzten Leistungen werden verrechnet
- Automatische Updates und Software-Updates

Hier gibt es Telefonie- und Internetkosten für die KVM mit allen Mitarbeitern

Quickline Office Duo

<p>Quickline Office Duo</p> <p>12 Monate Laufzeit</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p>	<p>Quickline Office Duo</p> <p>12 Monate Laufzeit</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p> <p>12 Monate Kündigungsfrist</p>
--	--



Produktunterlagen

Marketing

- Leporello
- Flyer
- Factsheet
- Schema
- Leistungsbeschreibung
- Geräte Factsheets

Support Manuals

- KNU Arbeitsbescrieb
- Admin Center
- Installation
- Mobile App

Hier finden Sie sämtliche Downloads zu unseren Office Produkten:

Support



Marketing

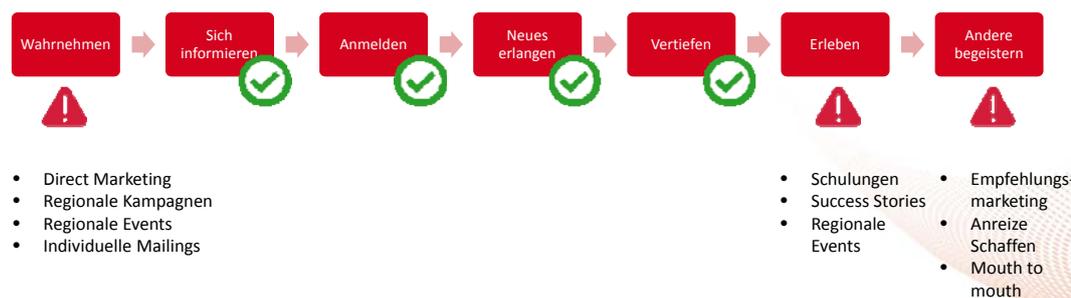


Die Fragen können Sie sich direkt an unser Office Team wenden.



Kundenerlebniskette

Wo stehen wir?



→ **Generell gilt:** Bewegtbild begeistert!
27.8.2015 | Quickline Partnersversammlung

Seite 29

QUICKLINE

Supportprozess QL Office

Vorgehen zu dem neuen Prozess

- **Bedürfnis / Problemstellungen**
 - 24/7 Störungsannahme wird im Geschäftskundenumfeld von der Konkurrenz als Standard vorgegeben
 - Nicht jedes KNU hat einen 24/7 Service
 - Der Kunde erwartet eine hohe 1st Level Lösungsrate bei einer Störungsmeldung oder Anfrage
 - QL Office- Produkte sind komplexer als Privatkunden- Produkte. Dadurch müssen alle KUDI Mitarbeiter der KNU's stets gute und rasche Unterstützung erhalten.
- **Marketingausschuss / ERFA- Gruppe**
 - Der Marketingausschuss hat die QLB mit der Entwicklung eines neuen Support Prozess beauftragt
 - Zur Entwicklung wurde eine ERFA- Gruppe gebildet
 - Professioneller Support in Kombination mit der Regionalität als USP gegenüber der Konkurrenz

Seite 30

27.8.2015 | Quickline Partnersversammlung

QUICKLINE

Supportprozess QL Office

Lösungsvorschlag: Anrufe auf SPOC (7*24) 0840 777 177



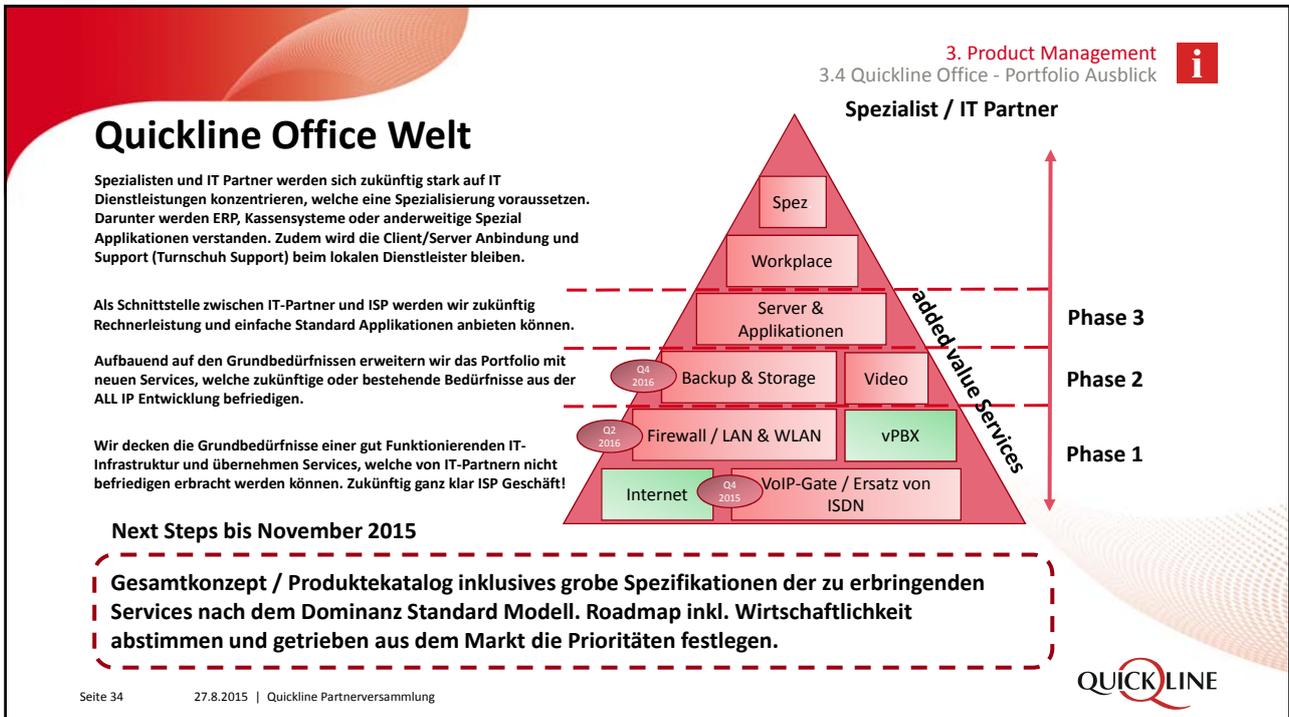
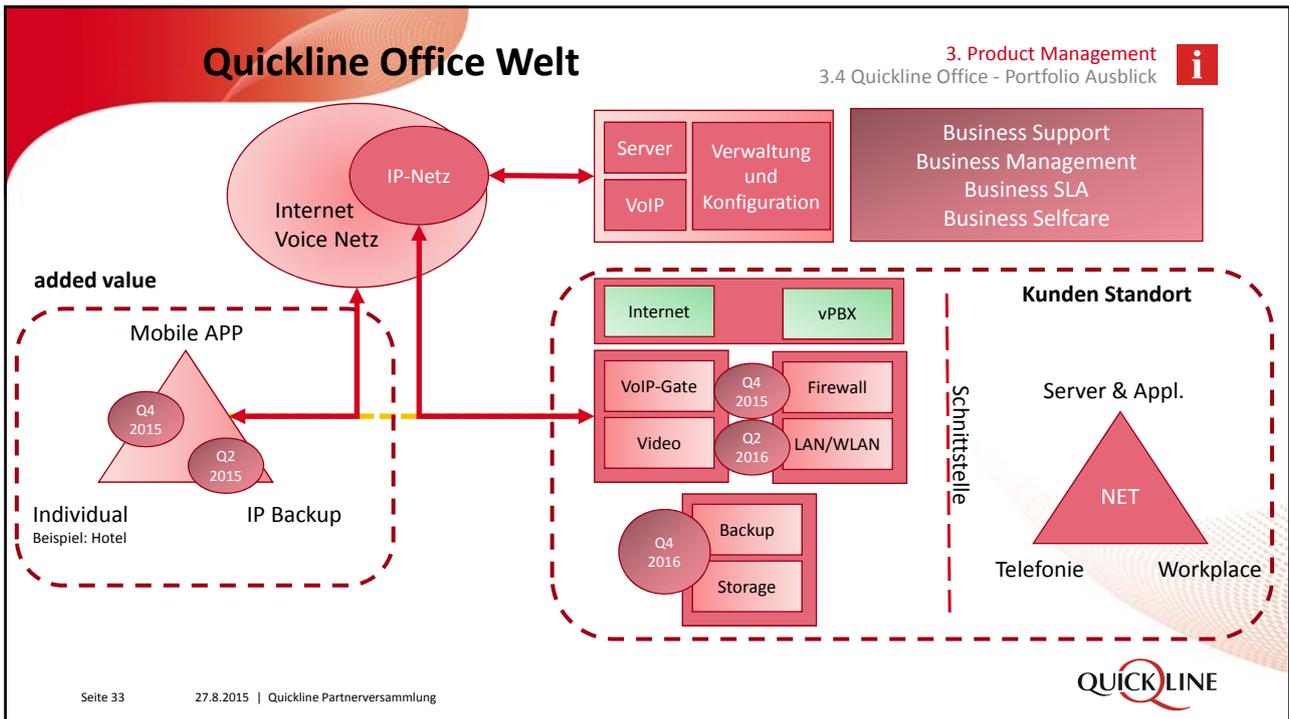
Voraussetzung zur Umsetzung

- Wenn der SLA- Premium angeboten wird muss eine zentrale Pikett Nummer pro KNU vorhanden sein, damit wir den Pikett anbieten können

Support Prozess Quickline Office

Genehmigung vom neuen Support Prozess

Entscheide	Ja	Nein
Genehmigung: Die Partnersversammlung genehmigt die Umsetzung des neuen Support Prozesses für Quickline Office Kunden.	✓	



Agenda

- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll der letzten Sitzung | (E) | 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | (I) | 6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission | |
| 3. Produktmanagement | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 3.1 Mobile Only | (E) | 8. Diverses | |
| 3.2 Quickline Office - Kommunikation | (I) | 8.1 Organisation - One Spirit | (I) |
| 3.3 Quickline Office - Support Prozess | (E) | 8.2 Smart Metering | (I) |
| 3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick | (I) | 8.3 One Number | (I) |
| 3.5 Quickline Vision - Status | (I) | 8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner | (I) |
| 3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen | (I) | | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |

Quickline Vision – Status 1 / 2

Gutes will Weile haben – aber Schritt für Schritt nähern wir uns unserem Ziel

- Für den Zielhorizont **1. Semester 2016** sind wir auf Kurs.
- Wir sind im letzten Viertel des Projektes und sehen uns mit entsprechendem Finetuning konfrontiert. Unsere Weltneuheit stellt eine erhebliche Herausforderung für alle Parteien dar, und sie braucht viel Geduld und Gefühl in der Umsetzung. Aktuell sind wir mitten in den UI Checks, hinterfragen die Performance durch einen Nachbau eines Prototypen und haben zur Kenntnis genommen, dass die Hardware Tests und die Initialsoftware der Box in einem sehr guten Zustand sind.
- Damit der anspruchsvollste Teil des Projektes auch noch sauber zu Ende geführt werden kann, wurde eine Analyse / Audit gemacht, um im Detail herauszuschälen, wo die verbleibenden Hot Spots sind. Die Ergebnisse fließen nun in die aufgearbeitete Planung ein und werden entsprechend umgesetzt zB. HGW hat Nachholbedarf, die Performance muss verbessert werden etc.



Quickline Vision – Status 2 / 2

Gutes will Weile haben – aber Schritt für Schritt nähern wir uns unserem Ziel

- Mit der Entwicklung des Managements bei Seachange und den Wechseln an der Spitze, hat sich die Arbeitslast bei Quickline erhöht. Es wird viel mehr gefordert, kritischer hinterfragt und argumentiert. Die Zusammenarbeit hat sich aber verbessert, Lösungen werden zielgerichteter erarbeitet.
- Die Vorbereitung für die Partnertests (jeder Partner erhält eine Box zum Testen) sind am Laufen. In den kommenden Wochen werden Pretests durchgeführt, um sicherzustellen, dass die Tests auf hohem Niveau umgesetzt werden können.
- Das Betriebskonzept ist in den letzten Zügen und Mitte September wird eine Ausschreibung für die Unterstützung durch einen externen Partner (Lernkurve) gestartet.



Quickline Vision – Schulung / Anleitungen

Die Schulungsthemen werden Zielgruppenspezifisch zusammengefasst

Je nach Zielgruppe und Art der Schulung werden die einzelnen Themenpakete gemäss Bedarfsanalyse zu einem «Schulungsblock» zusammengeschnürt und als ganze Einheit geschult.

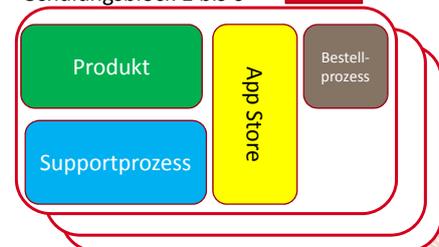
Die Schulungsunterlagen für das jeweilige Themenpaket werden nur 1x erstellt und je nach Bedarf in andere Schulungsblöcke integriert. Die Schulung erfolgt durch die für das Schulungspaket verantwortliche Person, wobei hier nach dem Prinzip «train the Trainer» verfahren werden soll.

Quickline Academy

Die erarbeiteten Themenpakete sollen in einem zweiten Schritt als Schulungspakete in die „Quickline Academy“ aufgenommen und je nach Bedarf regelmässig geschult werden.

1. System - Schulungen
2. FUT - Schulungen
3. SOT – Schulung
4. Betriebs – Schulung
5. Partner – Schulung
6. POS- Schulung

Schulungsblock 1 bis 6

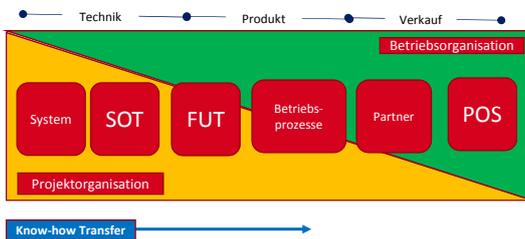


Quickline Vision – Schulung / Anleitungen

Im Zuge der Produktbereitstellung planen wir folgende Schulungen

Die Schulungsblöcke werden für die jeweilige Zielgruppe «massgeschneidert».

Dabei ist sicherzustellen, dass das Know-how von der Projektorganisation verstärkt in Richtung Betriebsorganisation «fließt». Schwerpunkt der Schulungen liegt auf den der Themenbereichen Technik, Produkt und Verkauf.



Haupt-Zielgruppen:

- Technik
 - 2. & 3. Level Support
 - NOC
 - OPS
 - (PM)
- Produkt (& Prozesse)
 - MarCom
 - Vertrieb
 - Kudi (1. Level Support)
 - Finanz & Controlling
 - Technik
- Verkauf (& Produkt):
 - Partner
 - Vertrieb
 - Shops

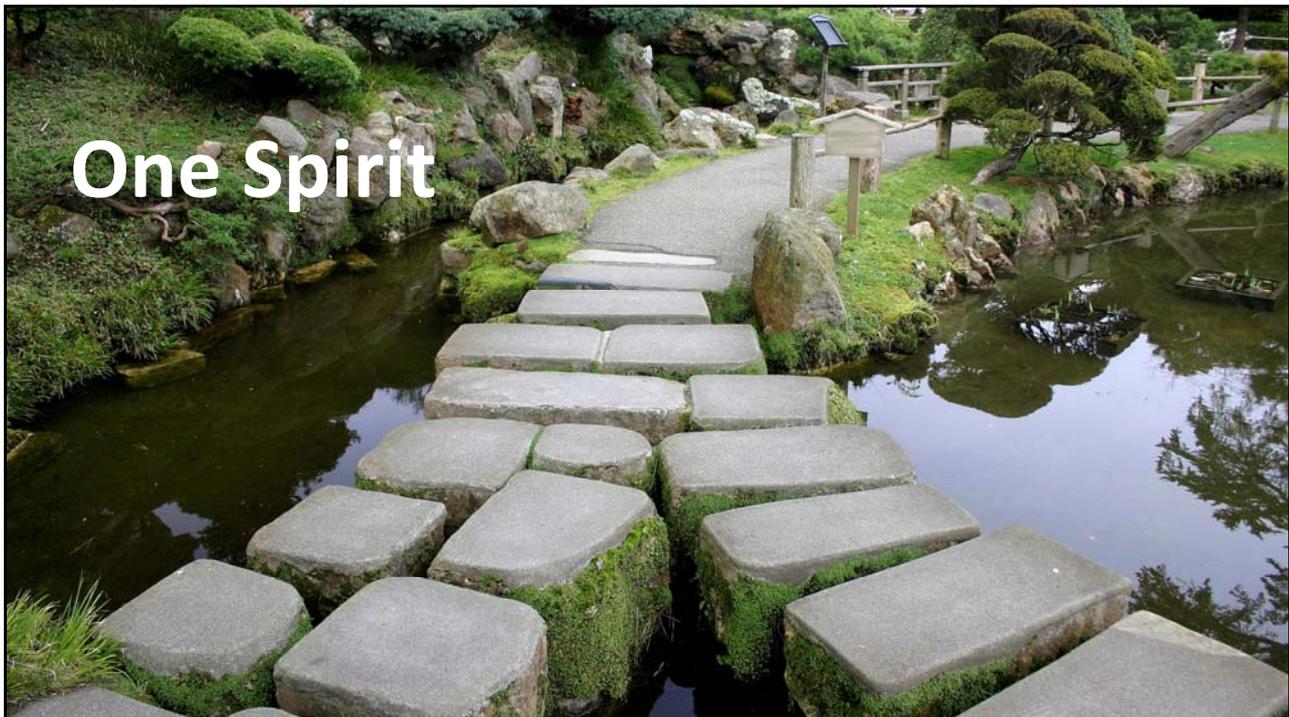
Quickline Vision – Schulung / Anleitungen

Folgende Anleitung / Dokumentationen werden bereitgestellt

Installationsanleitung HFC	Installationsanleitung für Installateure
Installationsanleitung FTTH	Hilfe auf Home GW
Installationsanleitung Slave-Box	Onlinehilfe auf Quickline Portal /FAQ
Kurzanleitung inkl. RCU	Anleitung Quickline Cockpit
Installationsanleitung Ersatzgerät HFC	Benutzerhandbuch
Installationsanleitung Ersatzgerät FTTH	AGB's & Benutzerrichtlinien
Installationsanleitung Ersatz Slave-Box	Produktkonformität
Installationsanleitung Ersatzgerät RCU	Senderlisten

Agenda

- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll der letzten Sitzung | (E) | 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | (I) | 6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission | |
| 3. Produktmanagement | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 3.1 Mobile Only | (E) | 8. Diverses | |
| 3.2 Quickline Office - Kommunikation | (I) | 8.1 Organisation - One Spirit | (I) |
| 3.3 Quickline Office - Support Prozess | (E) | 8.2 Smart Metering | (I) |
| 3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick | (I) | 8.3 One Number | (I) |
| 3.5 Quickline Vision - Status | (I) | 8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner | (I) |
| 3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen | (I) | | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |



Diese Ziele und Botschaften verfolgen wir

- Quickline-Gruppe/One Spirit:**
 Wir sind eine Gruppe mit einer gemeinsamen Führung. Nach Aussen treten wir stärker als "Quickline-Gruppe" auf. Die juristischen Rechtsformen bleiben, rücken aber in den Hintergrund. Es gibt ein neues Organigramm.
- Fokus auf Kundensegmente:**
 Die neue Organisation soll dezidiert auf den Markt bzw. die beiden strategischen Kundensegmente (Privatkunden und Geschäftskunden) ausgerichtet werden. Die Privatkunden- bzw. Geschäftskunden-Bearbeitung wird sauber getrennt, Verabschiedung von den heutigen Mischformen.
- Effizienter werden:**
 - Weniger Schnittstellen in der Führungshierarchie
 - Kürzere Entscheidungswege für die Mitarbeitenden
 - Zusammenlegung von bisher zwei auf eine Geschäftsführung = bessere Transparenz und bessere Abstimmung.
 - Der neue CEO über die Gruppe ist Nicolas Perrenoud. Er wird sich zukünftig vermehrt der Strategischen Weiterentwicklung der Gruppe sowie dem Dialog mit den Stakeholdern widmen.
 - Die Rollen und Kompetenzen im Bereich Management werden neu definiert.
- Synergien nutzen:**
 Das Führen von gleichen Netzen (Backbones) in zwei Organisationen ist arbeits- und kostenintensiv, das Zusammenführen bringt erhebliches Synergiepotential mit sich.

Kommunikations-Planung

Massnahme	Stakeholder	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	JAN
						Go-Live Führungs-Struktur 1.10.15			Umsetzung operativ 1.1.16
Interne Information	Projektteam / Kader	Kickoff 17.6.15	Präsi Arb.Paket 20.7.15	Präsi Arb.Paket 13.8.15 Info Kader 19.8.					
Vor-Info per Mail	Aktionäre (CEOs)			24.8.					
Medienmitteilung	Medien + Öffentlichkeit			25.8. PR Finanz (+Teaser)					
Info der Partner an PV	QL-Verbund (CEOs)			PV 27.8.					
Externe Information Anpassung Website	Branche/Partner				Ende Sep.				
Medienmitteilung	Medien + Öffentlichkeit					1.10.			

Agenda

- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll der letzten Sitzung | (E) | 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | (I) | 6. Anträge / Inputs aus Tech. Kommission | |
| 3. Produktmanagement | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 3.1 Mobile Only | (E) | 8. Diverses | |
| 3.2 Quickline Office - Kommunikation | (I) | 8.1 Organisation - One Spirit | (I) |
| 3.3 Quickline Office - Support Prozess | (E) | 8.2 Smart Metering | (I) |
| 3.4 Quickline Office - Portfolio Ausblick | (I) | 8.3 One Number | (I) |
| 3.5 Quickline Vision - Status | (I) | 8.4-7 Varia (Backup) - Themen der Partner | (I) |
| 3.6 Quickline Vision - Schulung/Anleitungen | (I) | | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |

Smart Metering

Weiteres Vorgehen Smart Metering

- Strategische Initiative «Smart Metering» wird innerhalb des Initiativen-Portfolio der Quickline AG nicht mehr weiterverfolgt.
- Zur Unterstützung der Partner in ihren Metering/ZFA-Projekten stellt Quickline jedoch ein einheitliches Internet-Abo mit seitens Partner einheitlich zu definierenden Eigenschaften bereit.
- Zur Definition des Abo wird seitens Quickline vorgeschlagen, einen Workshop zwischen den interessierten Partner aufzusetzen (Koordination durch Quickline).
- Zu beachten gilt, dass alle heute bestehenden Lösungen auf das neue «Abo» zu migrieren sind.

Eine Nummer - NABC

Need

✓ „Als **Privatkunde** wünsche ich mir eine Nummer, die ich bei Fragen zu Produkten und sonstigen Anliegen anrufen kann. Das darf mich nichts kosten und die **Beratungsqualität** muss auch weiterhin exzellent sein.“

Benefit

- ✓ Kunde bekommt eine klare Nummer > **Komplexitätsreduktion**.
- ✓ Kunde muss nicht mehr Zahlen > Nicht gestresst beim telefonieren > **gute Experience für den Kunden** / kein Geld
- ✓ Quickline ist im Marktvergleich „**State of the Art**“
- ✓ Wir wählen die existiert Nummern > **pragmatisch und „aufwandsschonend“ für uns** sowie **Wiedererkennung beim Kunden**

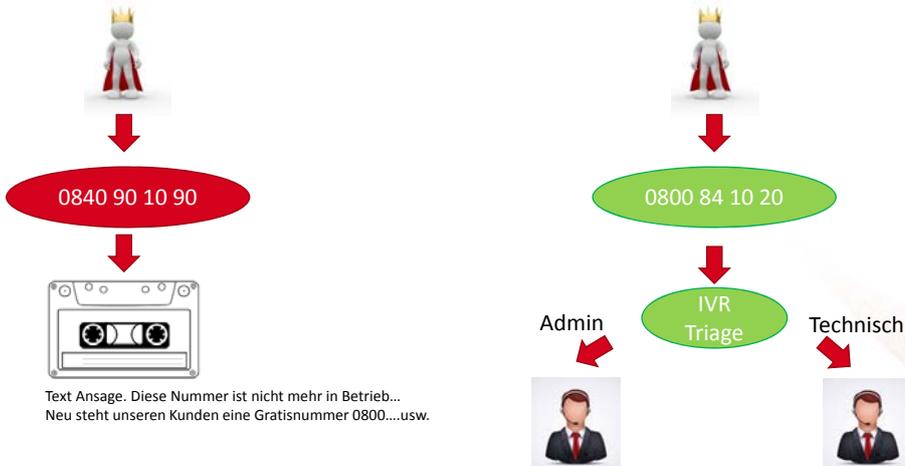
Approach

- ✓ Wir reduzieren Anzahl der Inbound Nummern > **von 2 auf 1 Nr.**
- ✓ Die kostenpflichtige Technik-Hotline 0840 90 10 90 wird aufgelöst und in die kostenfreie **Info Hotline 0800 84 10 20** überführt.
- ✓ Es wird auf den RES Medien **nur eine kostenfreie** Hotline-Nummer kommuniziert.
- ✓ Im **IVR wird eine weitere Triage** eingeführt – „Fragen zu Technik dann wählen Sie...allgemeine Fragen, wählen sie...“
- ✓ Dem Kunden werden keine **Gesprächsgebühren verrechnet**.
- ✓ Partnerlinie wird auch in eine Gebührenfreie Nummer überführt / **Business-Lines werden an Business übergeben**.
- ✓ **Auf allen RES relevanten Medien im Zuge Launch Redesign 03.11.2015** – Online, Print, Notifikationen, etc. keine Push Sonder-Massnahmen.

Competition

- ✓ Da die Nummer nicht kostenpflichtig ist, könnte sich **die Inbound Call Dauer** erhöhen.
- ✓ Mehraufwandskalkulation (Gesamtkostenrechnung) ca. **80k-90k CHF**.

Eine Nummer (0800 84 10 20). Umsetzung per Nov.15



Weitere Diskussionspunkte auf Anfrage

KNU Input

- Wireless
- Kommunikation bei Störung
- Gutschriften für Verte! Kunden

Weitere Diskussionspunkte auf Anfrage

Wireless (Localnet)

Wireless: Ich habe dieses Thema schon einmal eingebracht. Die jungen Generationen haben immer wie weniger einen Breitbandanschluss zu Hause. Sie können über 4G, 4.5G, 5G und public WiFi zukünftig alle Bedürfnisse abdecken. Wir bauen aber mit sehr hohen Investitionskosten unsere leitungsgebundene Infrastruktur aus. Wir sind also auf Kunden angewiesen. Wo ergeben sich nun unsere Chancen? Die grossen Mobile Anbieter werden Ihre Antennendichte erhöhen müssen. Bei jeder Antenne gibt es einen leitungsgebundenen Anschluss. Können wir dort irgendwie partizipieren? Muss dieses Thema jedes KNU selber angehen oder ist dies auch ein Thema im Verbund?

Weitere Diskussionspunkte auf Anfrage

Kommunikation bei Störung (Renet)

Bei der Pendenz geht es um die zeitnahe Information bei grösseren Problemen und Ausfällen von Produkten gegenüber den Partnern.

Wir hatten gerade letzte Woche wieder ein Fall, welcher die Wichtigkeit und Notwendigkeit einer sauberen und zeitnahen Information aufzeigt, und zwar sowohl an uns Partnern als auch intern gegenüber dem QL-Helpdesk.

Meiner Meinung nach ist dies ein nicht zu unterschätzendes Mosaiksteinchen auf dem Weg zum „Service-Champion“, welchen wir im Projekt „Kundenerlebniskette“ miteinander zu evaluieren versuchen.

Weitere Diskussionspunkte auf Anfrage

Kommunikation bei Störung (QL Kommunikationsverlauf)

Problem: DHCP-Server (Provisionierungscluster) hatte "Failover". Wechselte von Primary auf Secondary, was bei der TV-Box einen Fehler auslöste. Die Box geht in den Safe-Modus. Interaktive Dienste sind dann nicht mehr möglich.

4.8. Mail von Engineering:
- Problem mit DHCP-Server. Vertel betroffen, kann mit Reboot behoben werden.

5.8. Mail von Engineering:
- Problem behoben, läuft wieder stabil.

Problem: Das selbe Problem wie oben beschrieben mit dem DHCP-Server ist wieder passiert.

11.8. Mail von Engineering (Renfer):
- Erneute Inkonsistenzen aufgetreten. ((Mail war sehr technisch verfasst)).

12.8. N.Gast initialisiert KOM-Prozess --> SPOC (JB) in den Ferien, C.Neher springt ein.

12.8. Mail KOM an QL-Verbund: Problem mit TV-Client. Kann mit Reboot behoben werden. Arbeiten an Lösung. **Versprechen alle 2 Tage Info Update.**

21.8. Update Mail KOM an QL-Verbund.

Neues Problem am Sonntag, 23.8. mit Edgware-Server. Dieses konnte innert 20 Minuten behoben werden. Es waren nicht alle Kunden davon betroffen. Dies hatte nichts mit dem DHCP-Server-Problem zu tun. D

24.8. Mail von Engineering (Renfer):
- Schilderte Problem und Lösung vom Sonntag.

26.08 KOM Update



Weitere Diskussionspunkte auf Anfrage

Gutschriften für Verte! Kunden (GAG)

Über die technischen Ausfälle und Störungen in den letzten Wochen bist du sicher informiert. Wir erhalten seit rund vier Wochen jeden Tag Kundenreklamationen über Bildstörungen, Replay-Funktion die nicht korrekt funktioniert und der mühsamen Notwendigkeit beim „Aufhängen“ die STB manuell aus und wieder einzuschalten. Also alles recht ärgerlich für die betroffenen Kunden – und unseren KUDI.

Wir möchten die Verte-Kunden mittels Gutschrift weiterhin bei der „Stange“ halten, doch sind wir der Meinung, dass Quickline die Kosten übernehmen müsste. Wir denken an eine einmalige Gutschrift für die betroffenen Kunden (können wir diese elektronisch erfassen, oder nach Meldung durch das KNU?) von Fr. 25.- auf der nächsten Monatsrechnung.



Weitere Diskussionspunkte auf Anfrage

Leistungsparameter (Stefan Nieland, WWZ)

Uns fehlt mal noch das Feedback/Status bezüglich den Kundendienstserfolgen (KPI) von Quickline AG. (QLAG Leistungsparameter gegenüber Partnern)

Termin	Aktivität
Ab Jan. 15	Start der konsequenten Erfassung der vereinbarten Parameter
März 15	Erste Auswertung der Parameter und Erstellen des Benchmarks, Abstimmung mit der Arbeitsgruppe, allenfalls Festlegen von betrieblichen Massnahmen und Empfehlungen zur Optimierung zusammen mit den betroffenen Partnern
Juni 15	Auswertung der Parameter und Erstellen des Benchmarks, Abstimmung mit der Arbeitsgruppe, allenfalls Festlegen von bindenden Massnahmen zusammen mit den betroffenen Partnern

Bitte um Info, wann dies mal bei einer PV eingeplant ist.

**WIR SAGEN
DANKE**

Seite 55

27.8.2015 | Quickline Partnersversammlung

QUICKLINE