



Kriterien für die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel

Richtlinien zur Vergabe des Kundenzufriedenheitssiegel

Grundsätzliche Bedingungen zur Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel

Im Rahmen einer von M+M durchgeführten repräsentativen Kundenbefragung müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:



1. Die Gesamtzufriedenheit wird mit mindestens gut bewertet
2. Die drei wichtigsten Einzelkriterien werden ebenfalls mit mindestens gut bewertet
3. Der M+M CSI® weist einen Wert von ≥ 80 auf, d.h. die Kundenanforderungen werden zu mindestens 80% erfüllt.

Auf diese drei genannten Prüfaspekte bezieht sich die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel. Im Siegel dargestellt wird die Bewertung der Gesamtzufriedenheit.

1. Die Gesamtzufriedenheit

Die Berechnung der Durchschnittsnote des M+M Kundenzufriedenheitssiegel basiert auf folgender Skalierung:

1 = sehr zufrieden 2 = zufrieden 3 = teilweise zufrieden 4 = unzufrieden 5 = sehr unzufrieden

Als „gut“ im Sinne der Vergaberichtlinien gelten alle Werte mit einem statistischen Mittelwert von 2,25 bis 1,50. Ein „sehr gut“ wird bei einem Wert von 1,49 oder besser vergeben.

Richtlinien zur Vergabe des Kundenzufriedenheitssiegel

2. Die Bestimmung der wichtigsten Einzelkriterien

Um eine Aussage über die Priorität der Kundenanforderungen zu erhalten, werden in den M+M-Befragungen die Kunden nach der Wichtigkeit der einzelnen Kriterien gefragt. Aus den Ergebnissen der Wichtigkeitsabfrage lässt sich eine Rangfolge der wichtigsten Kriterien erstellen. Die aus Kundensicht drei wichtigsten Einzelkriterien sind entscheidungsrelevant für die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel. Die Bewertung der Einzelkriterien erfolgt analog zur Bewertung der Gesamtzufriedenheit.

3. M+M CSI

Der M+M CSI® ist eine Kennzahl zur Bestimmung des Erfüllungsgrades von Kundenanforderungen. Berechnet wird der Customer Satisfaction Index (M+M CSI) auf der Basis der Relation zwischen der abgefragten Wichtigkeit (=Kundenanforderung) und der abgefragten Kundenzufriedenheit. Entscheidungsrelevant für die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel ist ein M+M CSI von ≥ 80 , d.h. ein Wert bei dem bis auf geringe Lücken die Kundenanforderungen gut erfüllt werden.

Allgemeines zum M+M Kundenzufriedenheitssiegel

- Das M+M Kundenzufriedenheitssiegel wird für die Dauer von 2 Jahren vergeben
- Erhältlich ist das Siegel in folgenden Formaten:
 - Für Internet/Monitorverwendung: .jpeg (RGB), .gif (RGB)
 - Für Offset/Bürodrucker (Farbe): .tiff (CMYK), .jpeg (CMYK)
- Die Kosten für die Erstellung und die 2-jährige Nutzung des M+M Kundenzufriedenheitssiegel betragen 250,00 €

Beispiele M+M Kundenzufriedenheitssiegel - für die Kommunikation der Leistungsfähigkeit -



Homepage DAK 2009



Homepage hkk 2019



Audi BKK auf dem ersten Rang

In der Kundenbefragung 2018, die wir bereits zum vierten mal durchgeführt haben, wurden 10.600 Kunden zur Meinung über die Audi BKK befragt. Ergebnis: 95 % der Befragten sind mit der Audi BKK zufrieden bzw. sehr zufrieden! Im M+M Versichertenbarometer 2018 liegen wir damit zusammen mit den Innungskrankenkassen auf dem ersten Rang. Dieses hervorragende Ergebnis spiegelt sich auch in der erreichten Gesamtnote von 1,7 wider.

Homepage Audi BKK 2018



Homepage Salus BKK 2019



Kundenmagazin BKK Stadt Augsburg 2015



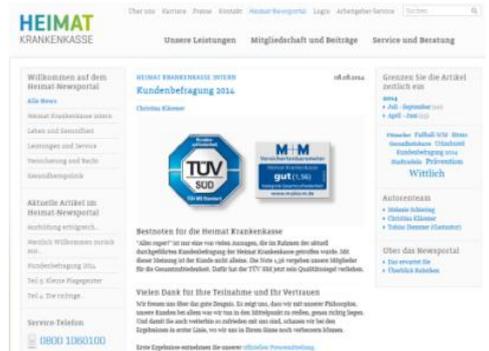
Briefpapier BKK Werra-Meissner 2015



Kundenmagazin IKK Brandenburg und Berlin 2012



Information zur SBK 2012



Homepage Heimat Krankenkasse 2014



Leistungsbroschüre BKK Herkules 2011

Versichertenumfrage - Ihr Lob ist unser Ansporn!

Note 1,62 für Kundenzufriedenheit!

Wir sind einfach nur stolz - Nun liegen die Ergebnisse der Auswertung unserer Versichertenumfrage vor:

4000 zufällig ausgewählte Versicherte wurden befragt, denn wir wollten erfahren, was unsere Versicherten bewegt und wo sie der Schuß drückt. Knapp 1.300 Versicherte haben teilgenommen. Um die Neutralität und Anonymität zu wahren, wurde die Umfrage nicht von der Kasse selbst, sondern von einem unabhängigen Marktforschungsinstitut durchgeführt und ausgewertet.

Ihre Note für die BKK Faber-Castell & Partner: 1,62 (Kundenzufriedenheit). Top bewertet wurden wir u.a. auch bei der Weiterempfehlungsrate – hier sind wir die absolute Nr. 1



Kundenorientierung ist unsere Leistung:

Wir haben den richtigen Weg eingeschlagen und Ihre Antworten freuen uns sehr, sind aber gleichzeitig auch Ansporn für die BKK Faber-Castell & Partner, Dinge in der Zukunft noch besser zu machen. Denn es gab natürlich auch wertvolle Hinweise in welchen

Homepage BKK Faber-Castell & Partner 2012



das bewegt
wissen

M+M Management + Marketing Consulting GmbH

Weitere Informationen unter www.m-plus-m.de

Ihr Ansprechpartner:
Frank Opitz, Tel.: 0561-709 79-17

