



Ereignisbezogene Kundenbefragung

– Fokussierte Analyse kritischer Gestaltungsbereiche –





Messen, bewerten, entscheiden und gestalten – **der Weg zur Exzellenz**

Gründung

Seit 1986 unterstützen wir unsere Kunden mit Marktforschungs-, Beratungs- und Schulungsleistungen bei allen Gestaltungsfragen rund um das Thema marktorientierte Unternehmensführung.

Unternehmensphilosophie

Exzellente Unternehmen basieren ihre Gestaltungsentscheidungen auf Zahlen, Daten und Fakten.
Wir unterstützen unsere Kunden von der Ermittlung des Informationsbedarfs über die Erhebung der relevanten Daten und deren Auswertung und Aufbereitung bis hin zur Ableitung der notwendigen Schritte zur Prozess- und Strukturverbesserung sowie der laufenden Erfolgskontrolle.

Das Team

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen über langjährige Erfahrung in der Planung und Umsetzung von Marktforschungs- und Beratungsprojekten in unterschiedlichen Branchen mit verschiedensten Schwerpunkten.

EREIGNISBEZOGENE KUNDENBEFRAGUNG

Defizite zeitnah erkennen und durch konkrete Maßnahmen abstellen



Wie hilft Ihnen regelmäßiges Kundenfeedback bei der Verbesserung Ihrer Servicequalität?

Die Rückmeldung Ihrer Kunden macht wahrgenommene **Defizite deutlich noch bevor Kunden abwandern**. Aber auch Stärken, die Ihre Kunden schätzen, werden transparent. So können gezielt Schwächen abgebaut und Stärken bewahrt werden.

Wird das Kundenfeedback fokussiert und kontinuierlich erhoben, wird die **Reaktion Ihrer Kunden auf ergriffene Maßnahmen zeitnah erkennbar**. Funktionierende Ansätze können durch den Nachweis der Wirksamkeit eine breite Unterstützung erfahren, während unwirksame Maßnahmen korrigiert oder gestoppt werden können.

Bei einer funktionalen Segmentierung des Kundenfeedbacks kann ein **Benchmark** zwischen einzelnen Organisationseinheiten erreichbare Verbesserungsziele offenbaren.

Die Veränderungsbereitschaft kann dabei durch konkrete **Customer Insights** und den Einsatz von kundenrelevanten **Kennzahlen**, wie z.B. Antwort-/ Reaktionszeiten, Servicelevels oder Kundenzufriedenheit deutlich gesteigert werden. Auch eine hieran geknüpfte Bonusregelung ist dabei zielführend.



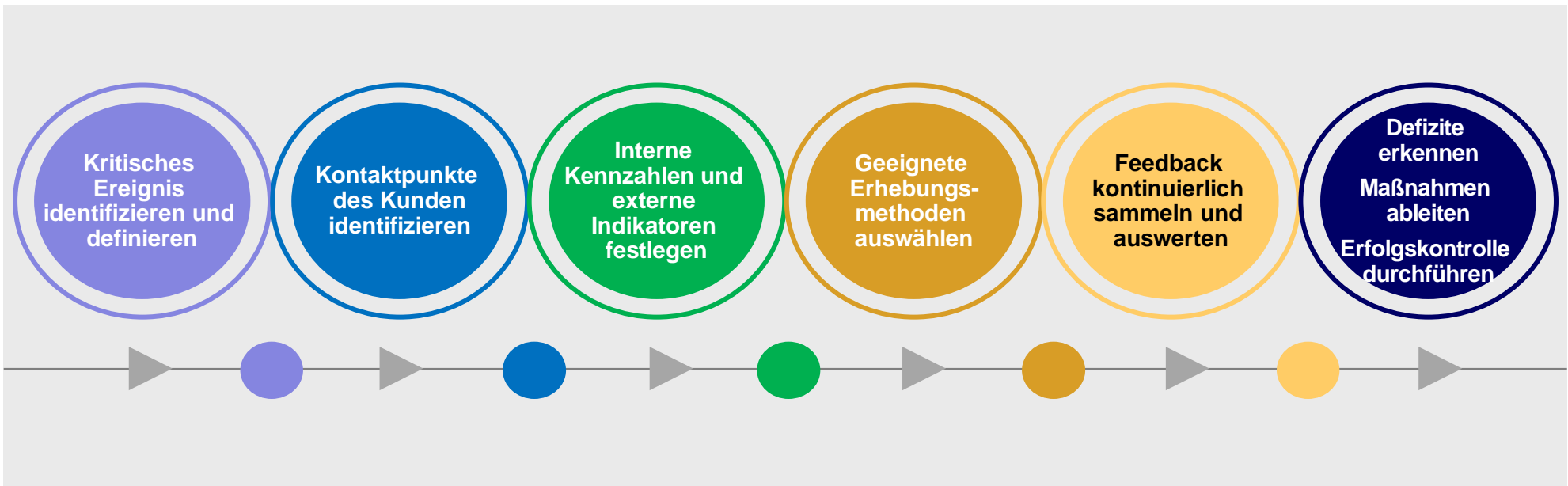
Ziele einer ereignisbezogenen Nachkontaktbefragung

Ein wesentlicher Baustein eines Kundenzufriedenheitsmanagements können ereignisbezogene Nachkontaktbefragungen sein. Wichtige Zielsetzungen sind dabei ...

- Optimierung von Prozessen auf der Basis erkannter zentraler Kundenanforderungen
- Steuerung des Unternehmens mit kundenorientierten Kennzahlen und Ableitung von Zielvorgaben für das Management sowie den operativen Bereichen
- Aktivieren und Sensibilisieren aller Mitarbeiter und Führungskräfte für wichtige Kundenanforderungen und der Bedeutung von guter Servicequalität
- Konsequente Verbesserung der kunden- / serviceorientierten Führungs- und Unternehmenskultur

Ziel einer ereignisbezogenen Befragung ist es, in relativ kurzen Zeitabständen wertvolle Erkenntnisse über die Erfüllung wesentlicher Kundenanforderungen zu erhalten, um zeitnah Maßnahmen zur Verbesserung der Serviceperformance umsetzen zu können.

VORGEHEN bei der Konzeption einer ereignisbezogenen Befragung



Ereignisbezogene Befragungen – Gezielt und systematisch Servicequalität entwickeln –

Nach der Festlegung des zu untersuchendem Ereignis sind die dort enthaltenen Kontaktpunkte zu identifizieren. Kundenkontaktpunkte sind prägende Situationen, in denen der Kunde mit dem Unternehmen oder dessen Produkt / Dienstleistung direkt in Kontakt kommt, sogenannte Moments of Truth (MOT).

Werden neben dem Kundenurteil über externe Indikatoren auch steuerungsrelevante interne Kennzahlen erfasst, kann dies später über erkannte Zusammenhänge zum Monitoring genutzt werden.

Die Auswahl der geeigneten Erhebungsmethode orientiert sich an der zu befragenden Zielgruppe und deren bevorzugten Kontaktwege und dem Kundenprozess.

Die ereignisbezogene Befragung sollte möglichst über einen definierten Zeitraum erfolgen, um aus der Analyse „lernen“ zu können.

Systematische Qualitätssteuerung erfordert eine ständig aktualisierte Datenbasis zum Ableiten von serviceverbessernden Maßnahmen.



Ereignisbezogene Befragungen – Nutzen im Kontext des Servicemanagements –

Jedes Kontakterlebnis des Kunden ist ein Augenblick der Wahrheit – eine ereignisbezogene Kundenbefragung ermöglicht die Bewertung dieser Schlüsselerlebnisse im Kundenkontakt.

Die ereignisbezogene Kundenbefragung liefert ein zeitnahes Feedback zur wahrgenommenen Servicequalität. So können aus Kundensicht relevante Defizite in der Prozessgestaltung frühzeitig erkannt werden.

Die Verbindung mit internen Kennzahlen zu den Serviceprozessen schafft zusätzliche Transparenz und Steuerbarkeit.

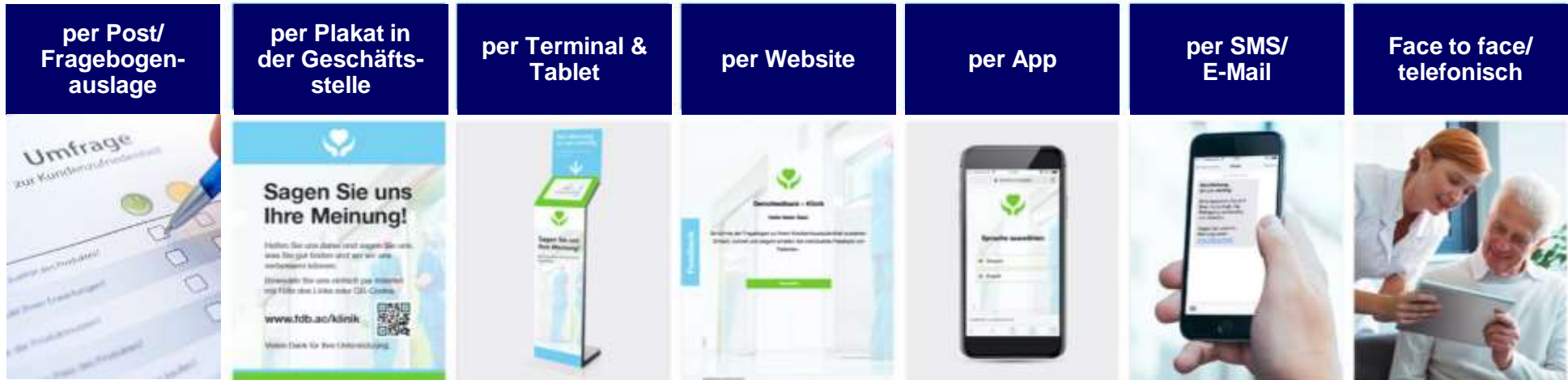
Notwendige interne Servicestandards werden so gezielt unter Einbeziehung der Kunden entwickelt und gesteuert.

Bei den Mitarbeitern entsteht eine wesentlich höhere Akzeptanz- und Servicebereitschaft aus dem Erkennen der Zusammenhänge. Kundenzufriedenheit durch Servicequalität wird für Mitarbeiter hinsichtlich der Anforderungen für ihre Arbeit konkret greifbar und bei Gelingen durch das Feedback positiv erlebbar.

Umgesetzte Verbesserungen werden sehr zeitnah durch die Rückmeldung der Kundenwahrnehmung bewertet.

KANÄLE FÜR KUNDENFEEDBACK

Vielfältige Medien zur Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen



Jede Zielgruppe benötigt andere Kontaktwege

Die klassische schriftlich-postalische Befragung von Kunden führt heute aufgrund des unterschiedlichen Medienverhaltens verschiedener Altersgruppen nicht immer zum gewünschten Erfolg.

Erst das **Angebot unterschiedlicher Kontaktwege** ermöglicht ein vollständiges Bild der Kundenwahrnehmung und darauf basierend sinnvolle strategische Entscheidungen.

Dank **moderner Technologien** können die unterschiedlichen Feedbacks unkompliziert und schnell zu einer Gesamtsicht integriert werden.

Nebenbei positionieren Sie sich mit modernen Feedbackangeboten als zeitgemäßes und zukunftsorientiertes Unternehmen bei Ihren Kunden.

Insbesondere die elektronischen Kontaktwege bieten die Möglichkeit, die Kundenbefragung **kurzfristig auf besondere Informationsbedürfnisse hin anzupassen**. So können Sie zielgerichtet besondere Ereignisse aufgreifen (z.B. Zufriedenheit bei Beratungsgesprächen) oder entscheidungsrelevante Fragestellungen bei Ihrer Zielgruppe abprüfen (Wie ansprechend ist der neue Webauftritt?).

Kontakt

Sprechen Sie uns direkt an!



Frank Opitz

0561-70979-17 oder opitz@m-plus-m.de



Dr. Steffen Silbermann

0561-70979-14 oder silbermann@m-plus-m.de

M+M Management + Marketing Consulting GmbH
Holländische Str. 198a, 34127 Kassel
info@m-plus-m.de
www.m-plus-m.de

wissen^{das} bewegt