



Professionelles Kundenzufriedenheitsmanagement

Kassel, 11.02.2021



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

Gründungsgeschichte

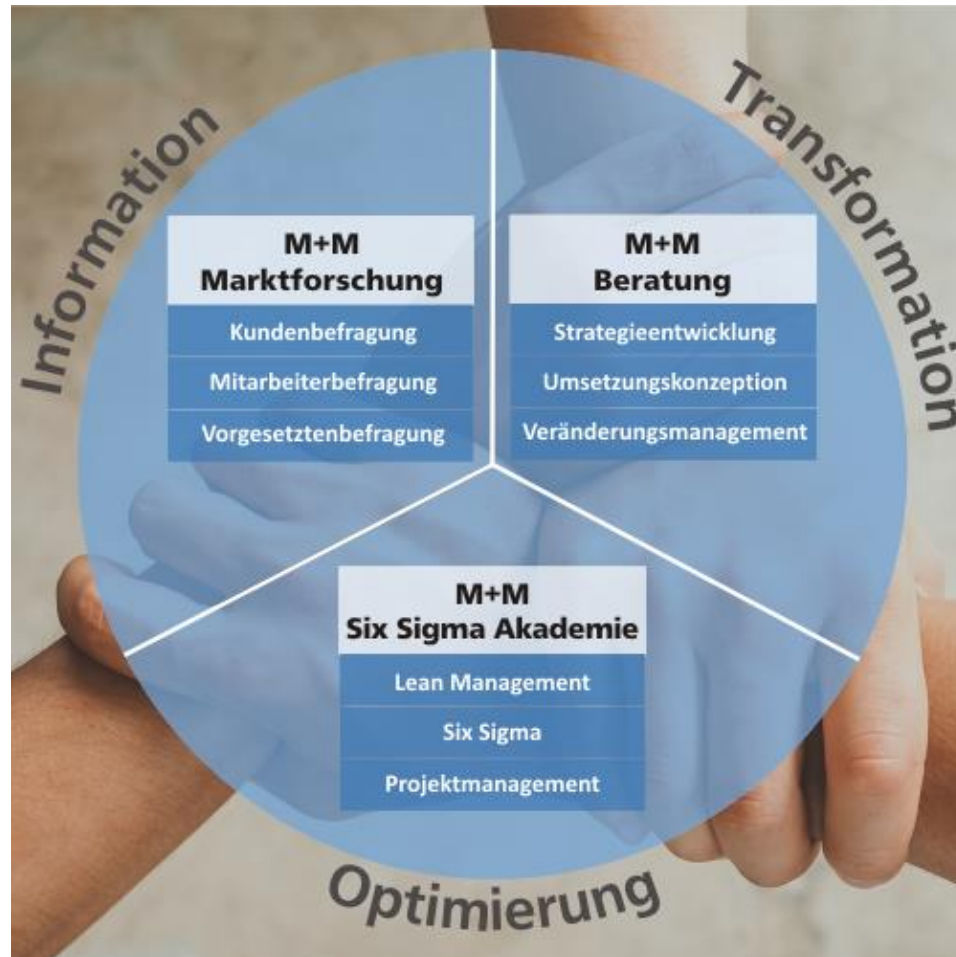
Seit 1986 unterstützen wir unsere Kunden mit Marktforschungs-, Beratungs- und Schulungsleistungen bei allen Gestaltungsfragen rund um das Thema marktorientierte Unternehmensführung.

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.



Wir unterstützen Unternehmen und öffentliche Auftraggeber dabei, zielgerichtet Informationen zu den Anforderungen ihrer Kunden, Mitarbeiter und weiteren Stakeholder zu erfassen und vermitteln ihnen Methoden und Techniken, um dieses Wissen zur effektiven und effizienten Erfüllung der Anforderungen zu verwenden.



Kooperatives Mitglied im BVM
Berufsverband Deutscher
Markt- und Sozialforscher



Kooperationspartner der
TÜV SÜD Management
Services GmbH

das bewegt
wissen

Maßgeschneiderte Bündelung unserer Kompetenzen im Baukastensystem
für Ihren nachhaltigen Erfolg

Befragte

Kooperations-
partner/
Absatzmittler

(potenzielle)
Mitarbeiter

Kunden/
Versicherte

Lieferanten

Führungs-
kräfte

Gesellschaft

Zeiträume

In Echtzeit

Kontinu-
ierlich

Ereignis-
bezogen

Singulär

Methoden

Postalische
Befragung

Persönliche
Befragung

Fokusgruppen/
Workshops

Telefonische
Befragung

Online-/
Terminal-
Befragung

Hybride
Befragung

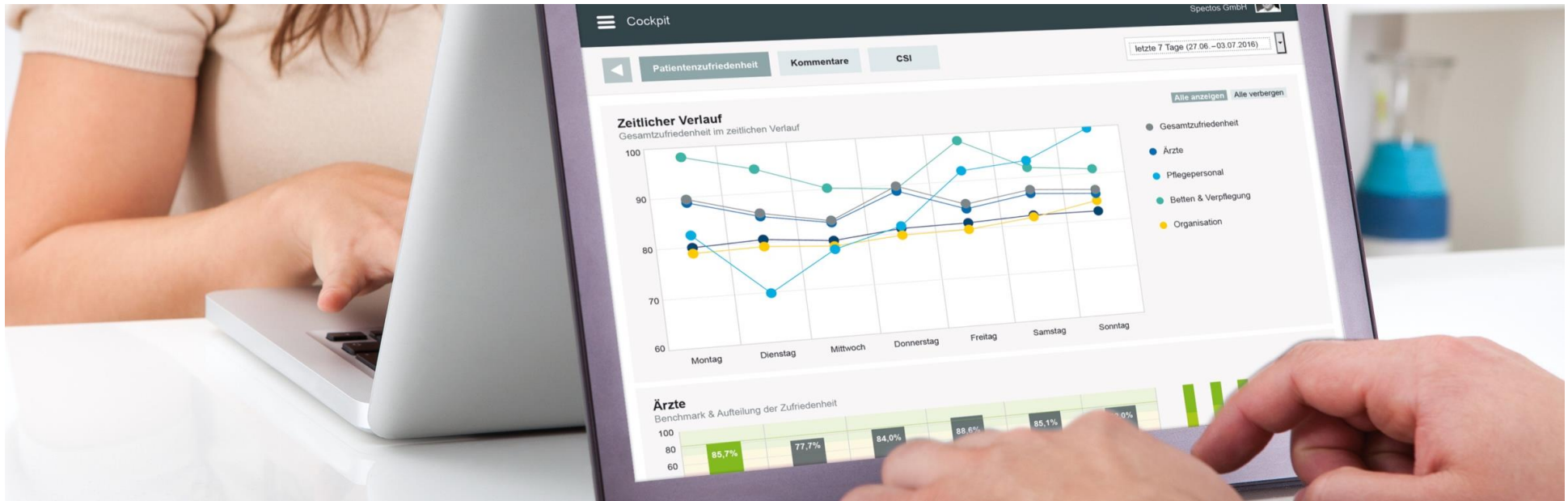
M+M Versichertenbarometer



- Jährliche repräsentative Befragung von ca. 1.000 Versicherten
- Bestimmung von Zufriedenheits- und Bindungstreibern
- Individuelle Einzelstudien für Krankenkassen

Wir können Erhebungen aller Größenordnungen zuverlässig umsetzen und fundierte handlungsleitende Daten und Analysen liefern





Wie hilft Ihnen Kundenfeedback bei der Verbesserung Ihrer Marktposition?

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.

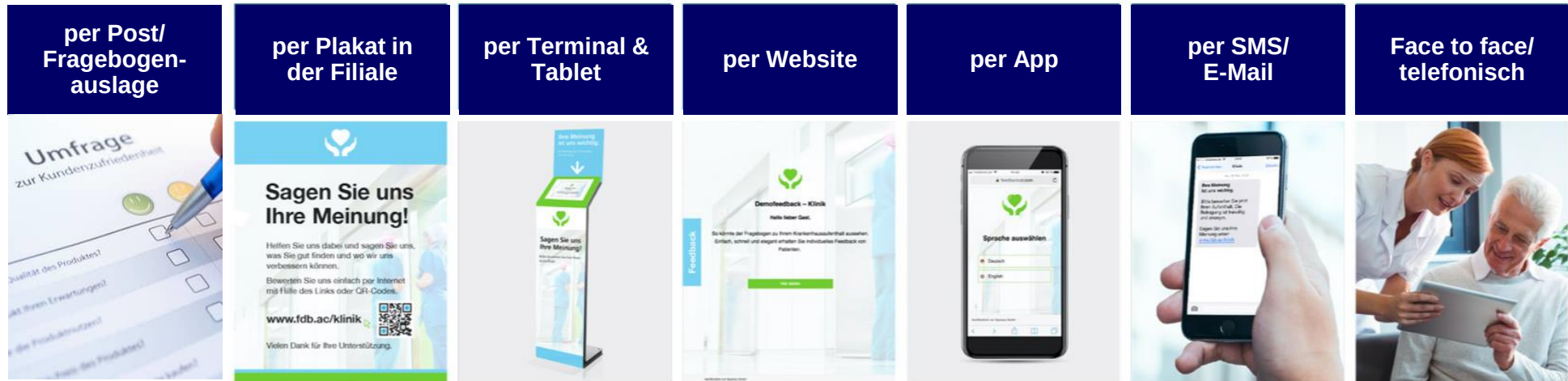
Wird das Kundenfeedback kontinuierlich erhoben und ausgewertet, wird die **Reaktion Ihrer Kunden auf ergriffene Maßnahmen erkennbar**. Funktionierende Ansätze können durch den Nachweis der Wirksamkeit eine breite Unterstützung erfahren, während unwirksame Maßnahmen korrigiert oder gestoppt werden können.

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

Die Veränderungsbereitschaft kann dabei durch konkrete **Customer Insights** und den Einsatz von kundenrelevanten **Spitzenkennzahlen**, wie z.B. dem Customer Satisfaction Index (CSI) oder den Net Promotor Score (NPS) deutlich gesteigert werden. Auch eine hieran geknüpfte Bonusregelung ist zielführend.

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 Medien-verhaltens verschiedener Altersgruppen zu systematischen Verfälschungen in der Datenerhebung.

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

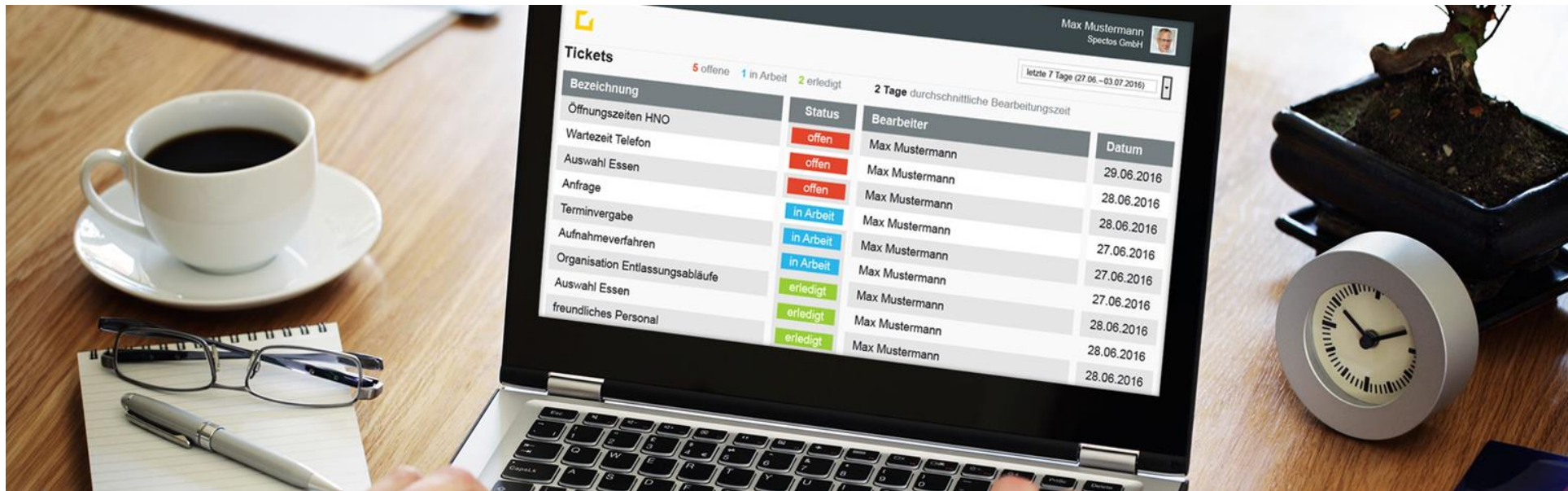
Dank **moderner Technologien** können die unterschiedlichen Feedbacks unkompliziert und schnell zu einer Gesamtsicht integriert werden.

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 Umbaumaßnahmen in einer Filiale) oder entscheidungsrelevante Fragestellungen bei Ihrer Zielgruppe abprüfen (wie ansprechend ist die neue Marketing-Kampagne).

KONTINUIERLICHE KUNDENBEFRAGUNG

Defizite zeitnah erkennen und durch konkrete Maßnahmen abstellen



Täglicher Mehrwert durch Benachrichtigungen in Echtzeit

Echtzeit Benachrichtigungen mittels **Alert-Management** per E-Mail oder SMS helfen Ihnen bei der frühzeitigen Erkennung von Service-Defiziten zur sofortigen Ergreifung von Gegenmaßnahmen für eine kontinuierliche Sicherung aller Qualitätskriterien.

Auch lässt sich ein direkter **Überblick über alle relevanten Service-Levels** und deren Einhaltung integrieren.

Das **integrierte Ticketsystem** gewährleistet Ihnen eine schnelle Abwicklung von Anfragen und Beschwerden. Jedes Ticket wird an zuständige Filialleiter, Fachabteilungen, Qualitätsbeauftragte und weitere Verantwortliche zugewiesen. Überprüfung des Status der Bearbeitung einzelner Tickets.

Stetige Verbesserung durch die kontinuierliche Analyse des Kundenfeedbacks. Optional unterstützt durch E-Mail-, SMS- und Telefon-Kampagnen.



Wie wird Feedback schnell & einfach ausgewertet und bereitgestellt?

Unsere Cockpits stellen Ihnen **angepasste Auswertungen und Analysen** der erhobenen Daten in Echtzeit auf Basis relevanter Qualitätskriterien zur Verfügung.

Automatisch erfolgt die **Zuordnung von Feedback** zu einzelnen Geschäftsstellen, Abteilungen und Bereichen zur schnellen und einfachen Ermittlung Ihrer aktuellen Service-Qualität.

Ein **ganzheitliches Monitoring Ihrer kritischen Qualitätsfaktoren** wie Betreuung, Erreichbarkeit und Beratung hilft Ihnen bei der gezielten Ableitung von Handlungsmaßnahmen und der stetigen Verbesserung Ihrer internen Prozesse.

Wir unterstützen Sie aber auch bei der Erstellung **maßgeschneiderter Präsentationen** für unterschiedliche Zielgruppen und Anlässe.



Klare Entscheidungshilfen für das Management durch relevante Kennzahlen

Verschiedene Zertifizierungsrichtlinien fordern Unternehmen auf, wichtige Prozesse und Qualitätsmerkmale zu definieren und diese mit Hilfe von Kennzahlen messbar zu machen und zu steuern.

Beim Customer Satisfaction Index (CSI) handelt es sich um ein aufwändiges und aussagekräftiges Analyseinstrument zur **Charakterisierung der Entwicklung der Kundenzufriedenheit**. Der CSI ist jedoch kein „reiner“ Zufriedenheitsindex, sondern gibt den Erfüllungsgrad der Kundenanforderungen an.

Mit dem CSI erhält die Unternehmensführung nicht nur eine Kennziffer zur erreichten Kundenzufriedenheit sondern auch wertvolle Informationen zur internen Performance der Kundenzufriedenheit, der externen Wettbewerbssituation (Benchmarking), dem Zufriedenheitsniveau verschiedener Kundenprozesse und ermöglicht klare Entscheidungen und Zielsetzungen für die Unternehmenssteuerung.



Umfassende Beratung von der Konzeption über die Analyse bis zur Umsetzung von Verbesserungen

Kundenzufriedenheitsanalysen mit M+M unterstützen Sie bei der ...

- **Optimierung von Prozessen** auf der Basis wesentlicher Kundenanforderungen
- **Steuerung des Unternehmens** mit kundenorientierten Kennzahlen und Ableitung von Zielvorgaben für das Management
- **Sensibilisierung und Aktivierung** aller Führungskräfte und Mitarbeiter für wichtige Kundenanforderungen
- konsequente **Verbesserung der kundenorientierten Führungs- und Unternehmenskultur**
- **Vermeidung von Kostenfallen** unspezifischer Verbesserungsmaßnahmen

Kundenzufriedenheitsanalysen mit M+M sind ...

Individuell: Keine Befragung von der Stange, sondern der spezifische Zuschnitt auf Ihre konkreten Anforderungen und Bedürfnisse. Langjährige Erfahrungen bei der Konzeption und Durchführung

Umfassend: Analyse der gesamten Kundenbeziehung und der zukünftigen Anforderungen einzelner Kundengruppen / Zielgruppen. Zeitnahe, übersichtliche und verständliche Ergebnisdarstellung (Präsentationen, Dashboard)

Fundierte: Bewerten der Kundenzufriedenheit auf der Basis wesentlicher Kundenanforderungen, Ermittlung aussagefähiger Mess- und Steuerungsgrößen. Basis für die Identifizierung von Verbesserungsfeldern und die Zertifizierung Ihrer Qualität

Flexibel: Persönliche, telefonische, Online-, Print- oder Hybridbefragungen – ganz nach Ihren konkreten Anforderungen / Rahmenbedingungen unter Einsatz modernster Technologien

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