

# Wichtiges zu Kundenbefragungen

## ***Mögliche Ziele, Inhalte und Vorteile***

### ***Möglich Ziele:***

- Kundenzufriedenheit messen
- Stärken und Schwächen des Unternehmens aus der Sicht der Kunden erfahren
- Kenntnisse der Kunden über Produkte und Leistungen erheben
- Einschätzung der Kunden über Wichtigkeit einzelner Produktmerkmale erhalten
- Profile von typische Kunden erheben
- Erwartungen der Kunden erfahren
- Zukünftigen Bedarf der Kunden abschätzen
- Bewertung des Kundenservice aus Sicht der Kunden bekommen
- Kundenbindung erhöhen
- Auswirkungen von Marketingmaßnahmen messen
- Erhebung von Daten für das Qualitätsmanagement

### ***Mögliche Inhalte:***

- Fragen zu den Produkten
- Fragen zur Kundenbetreuung (z.B. Kundenservice oder Kundensupport)
- Fragen zur Auftragsabwicklung
- Fragen zur Lieferung
- Fragen zum Beschwerdemanagement
- Fragen zu Seminaren
- Fragen zum Service vor Ort
- Fragen zur Außendarstellung
- Fragen zum Unternehmen allgemein

### ***Mögliche Vorteile:***

- können Kundenzufriedenheit besser abbilden als Marktanteile und Verkaufszahlen
- liefern harte Daten zu Themen, die sonst schlecht durch Kennzahlen abbildbar sind
- können als Erfolgskontrolle für betriebliche Maßnahmen dienen
- liefern eine Außenansicht des Unternehmens
- können das Marketing unterstützen
- können das strategische Management z.B. im Rahmen von Balanced Scorecard Modellen oder Total Quality Management unterstützen
- liefern wichtige Daten für das Qualitätsmanagement
- verstärken die Kundenbindung

# Vorgehen bei der Planung und Durchführung einer Kundenbefragung (Projektphasen)

## **1. Zweck / Nutzen einer Kundenbefragung**

- a.) Das Unternehmen erhält Feedback darüber, wie Produkte oder Leistungen beim Kunden ankommen.
- b.) durch eine Kundenbefragung wird die Bindung des Kunden an das Unternehmen gestärkt.

## **2. Ziele festlegen**

Es muss geklärt werden, welchem Zweck die Befragung der Kunden dienen soll und welche Erwartungen an die Ergebnisse der Umfrage gestellt werden.

## **3. Konzeption eines Fragebogens**

Zunächst müssen Inhalte, Umfang, Ablauf, Methode und Teilnehmerkreis der Kundenbefragung festgelegt werden. Oberstes Gebot, damit eine Befragung ein Erfolg wird, ist ein sehr gewissenhaftes Vorgehen, denn eine bloße Aneinanderreihung von Fragen ergibt noch keinen guten Fragebogen.

## **4. Marketing**

Um eine hohe Beteiligung bei Kundenumfragen zu erreichen ist es besonders wichtig, dass die Teilnehmer den Nutzen für sich selbst erkennen.

## **5. Begleitschreiben / Einladungs-E-Mail**

Eine große Bedeutung kommt dem Begleitschreiben für den Fragebogen zu, unabhängig davon, ob es per Brief oder per Email versendet wird.

## **6. Feedback an die Teilnehmer**

Nach der Beendigung der Kundenbefragung kann es sinnvoll sein, den Teilnehmern nochmals schriftlich für die Teilnahme zu danken.

## **7. Auswertung der Befragung**

Bei den meisten Fragetypen lassen sich Mittelwerte und die Verteilung der Antworten über die verschiedenen Antwortkategorien hinweg (Standardabweichung bzw. Varianz) berechnen.

## **8. Veröffentlichung der Ergebnisse (Reporting)**

Die Veröffentlichung der Ergebnisse einer Kundenbefragung erfolgt intern, denn sie sind sensible Unternehmensdaten. Die Mitarbeiter sollten über alle wichtigen und entscheidenden Ergebnisse informiert werden.

## **9. Planung von Maßnahmen**

Nach der Auswertung muss eine sorgfältige Analyse der Ergebnisse erfolgen, um diese richtig zu interpretieren und die richtigen Maßnahmen abzuleiten.

## **10. Umsetzung der Maßnahmen**

Worauf man bei der Umsetzung der Maßnahmen konkret achten muss, ist in großem Maße davon abhängig, was genau geplant ist. Generell lässt sich aber sagen, dass man den Fortschritt der Maßnahmen dokumentieren sollte.

## **11. Ergebniskontrolle / Benchmarking**

Für jede geplante Maßnahme muss eine Ergebniskontrolle durchgeführt werden. Wie diese Kontrolle abläuft, hängt vor allem davon ab, welche Ziele für die Maßnahme festgesetzt wurden.