

Interconnection – Vienna | Bratislava | Lviv | Buenos Aires



GET TO KNOW THE CUSTOMER

[www.interconnectionconsulting.com](http://www.interconnectionconsulting.com)

**IC Kundenzufriedenheitsanalyse**

# Mann misst Zufriedenheit um Gewinne zu erhöhen



## Ausgangslage

- Zufriedene Kunden sind nicht genug. Nur Begeisterung und Optimierung jener Bereiche die für den Kunden besonders wichtig sind, bringen einen Wettbewerbsvorteil.
- Ohne intelligente Befragung von Kunden weiß das Unternehmen nicht, wie knappe Ressourcen eingesetzt werden können. Oft wird viel Geld in Nebensächlichkeiten investiert.
- Die Ansprüche der Kunden ändern sich. Was gestern begeistern konnte, ist heute Standard. Eine gute Analyse sagt Ihnen, wo Sie morgen investieren müssen.

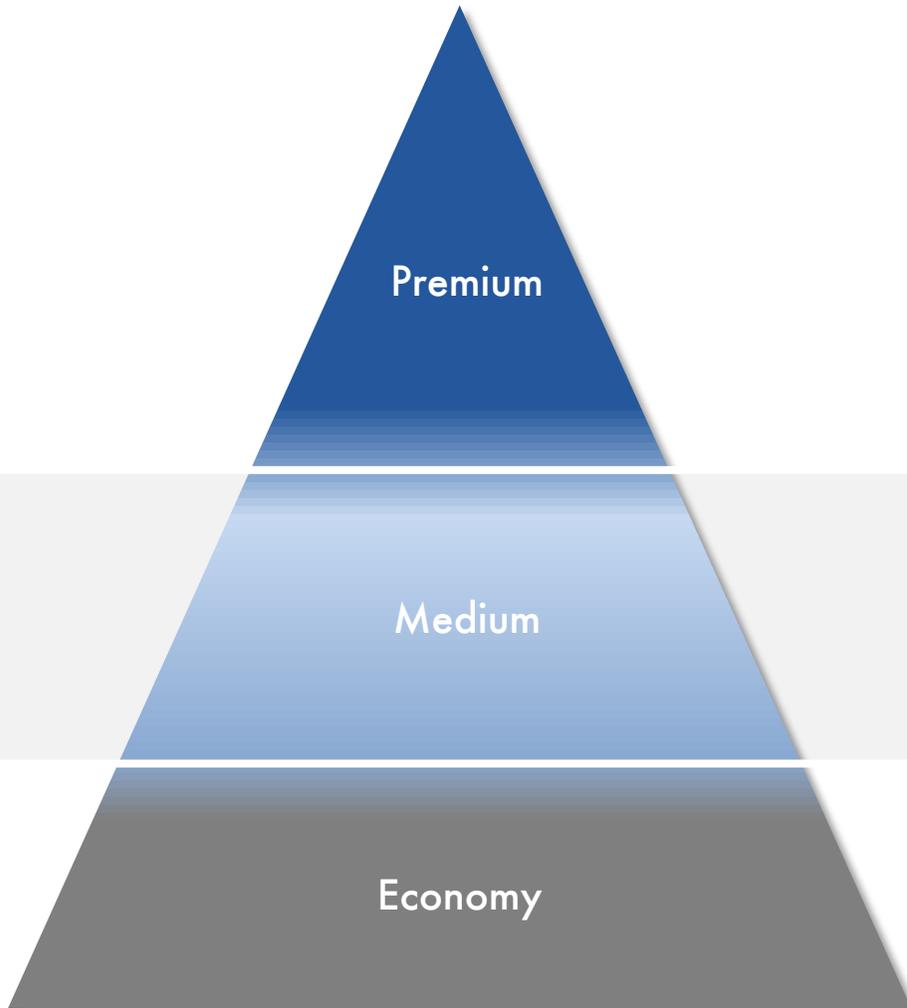
## Zielsetzung

- Sie erkennen, in welchen Bereichen Sie besser oder schlechter als Ihre Konkurrenz aufgestellt sind.
- Sie sehen den Prozess aus Kundensicht und können die Schnittstellen optimieren.
- Sie erkennen welche Kundengruppen abwanderungsgefährdet sind welche Ihr Unternehmen weiterempfehlen.
- Sie haben eine Guideline für die effiziente Verwendung von Investitionen zur Optimierung der Kundenbeziehung.

# Was macht eine gute IC Kundenzufriedenheitsanalyse aus?

Vergleiche mit der Konkurrenz	Nur so wissen Sie wie gut „gut genug“ ist und wo Ihre Stärken und Schwächen sind.
Aussagen über einzelne Kundensegmente	Nicht alle Kunden haben die selben Anforderungen. Wir zeigen Ihnen Segmentvorschläge.
Verständlicher aber umfassender Fragebogen	Der Köder muss dem Fisch schmecken nicht dem Angler
Datenanalyse statt Datenbeschreibung	Wir holen mehr aus Ihren Zahlen: Wirkungszusammenhänge, Kundentypologien, Wichtigkeits/Zufriedenheitsmatrix, etc.
Grafiken, Interpretationen u. Handlungsanweisungen	Keine Zahlenkolonnen und Datenfriedhöfe
Indirekte Fragen	Wir umgehen sozial erwünschte Antworten
Flexibel bei Befragungsarten	Denn je nach Kundengruppe ist der Zutritt unterschiedlich - gerade im B2B Bereich
Kundenbindungsindex	Wir decken frühzeitig auf, welche Kunden abwanderungsgefährdet sind
Eingehen auf die Kritik abgewanderter Kunden	Durch vorgeschaltete qualitative Befragungen von Ex-Kunden
Analyse und Umsetzung aus einer Hand	Unsere Berater erarbeiten mit Ihnen gemeinsam Maßnahmen auf Basis der Ergebnisse und helfen bei der Umsetzung

# Drei Stufen unserer Kundenzufriedenheitsanalysen



## Qualitative Vorstudie

Methodik: Fokusgruppen / Tiefeninterviews

## Kundenzufriedenheits Monitoring

Erhebungsinhalte: NPS, Stärken/Schwächen, Kundengruppenanalyse, etc.

Befragungsmethode: telefonisch / online

Befragungsintervall: einmalig / regelmäßiges Monitoring (halbjährlich/Quartal)

## Klassische Kundenzufriedenheitsanalyse

Erhebungsinhalte: NPS, Stärken/Schwächen, Kundengruppenanalyse, etc.

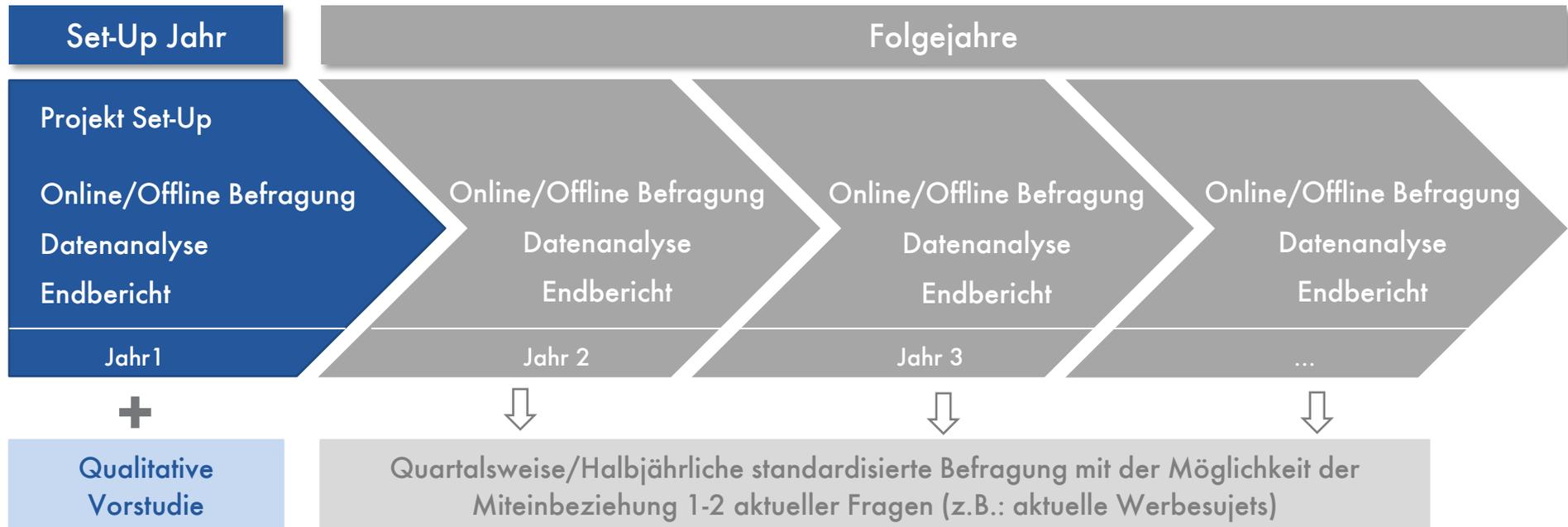
Befragungsmethode: telefonisch

Befragungsintervall: einmalig

## Messung der Net-Promoter-Score

Befragungsmethode: telefonisch

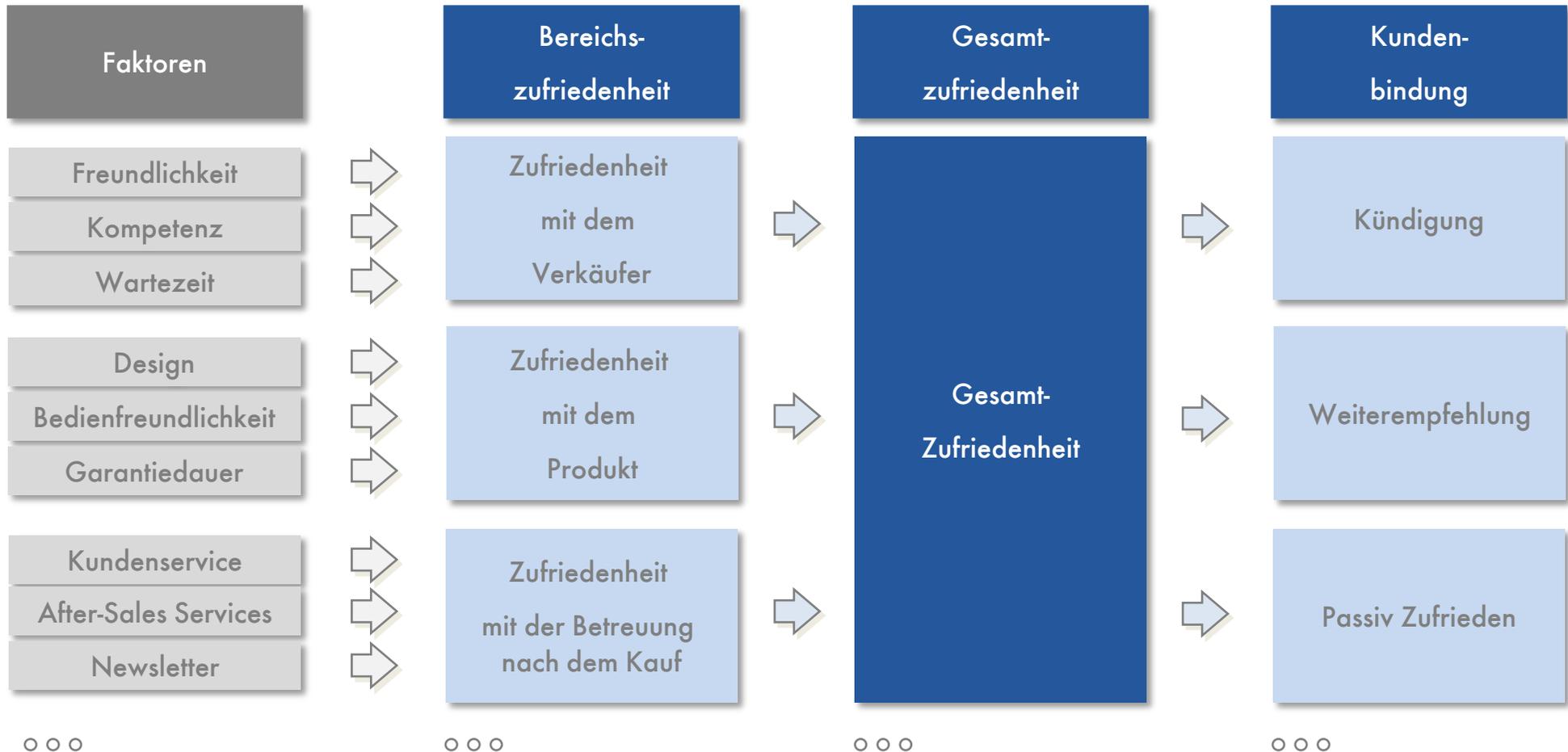
Befragungsintervall: einmalig



## Ihre Vorteile

- Ermöglicht die Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit als strategische Zielgröße und Kontrollinstrument
- Kontinuierliche Messung der Kundenzufriedenheit basierend auf einer einheitlichen Methodik
- Einmaliges Projekt Set-Up liefert regelmäßige Ergebnisse
- etc

# Gemessen werden präzise Faktoren, nicht diffuse Eigenschaften



*Bis zu 80 Faktoren*

# Net-Promoter-Score - Die ultimative Frage

- Die **Net-Promoter-Score (NPS)** ist eine Kennzahl die mittelbaren die **Kundenzufriedenheit** und unmittelbar die **Bereitschaft zur Weiterempfehlung** misst
- Das Konzept der NPS hat des weiteren eine **strategische Komponente** – Unternehmens-entscheidungen sollen langfristig zu einer Steigerung der NPS führen, womit die Kunden-zufriedenheit zu einer strategischen Unternehmenszielgröße wird
- NPS kann des weiteren als **Benchmark** eingesetzt werden um im Vergleich mit anderen Unternehmen den Status quo einzuschätzen
- Wir können Sie bei der Implementierung des Net Promoter Scores beraten

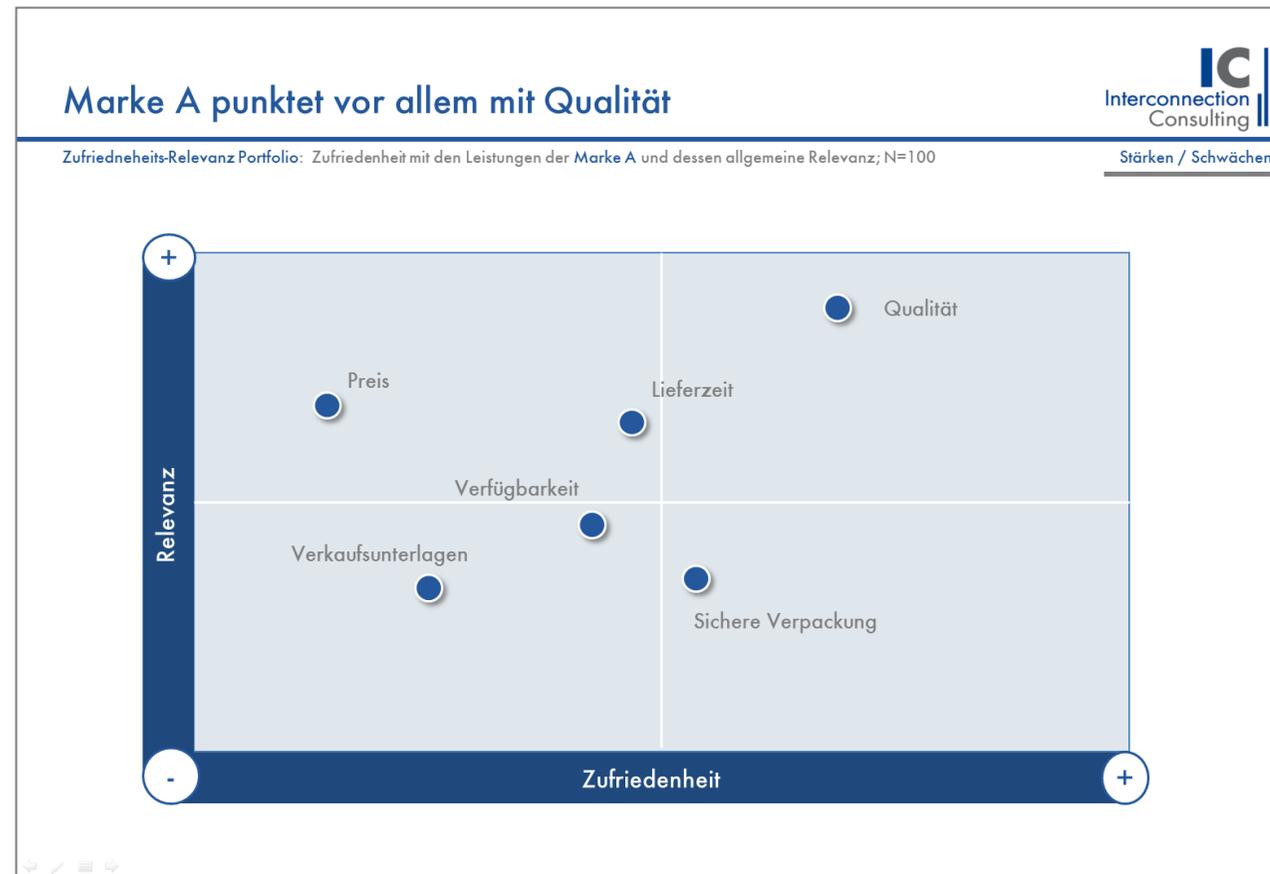
*„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“*

*unwahrscheinlich*

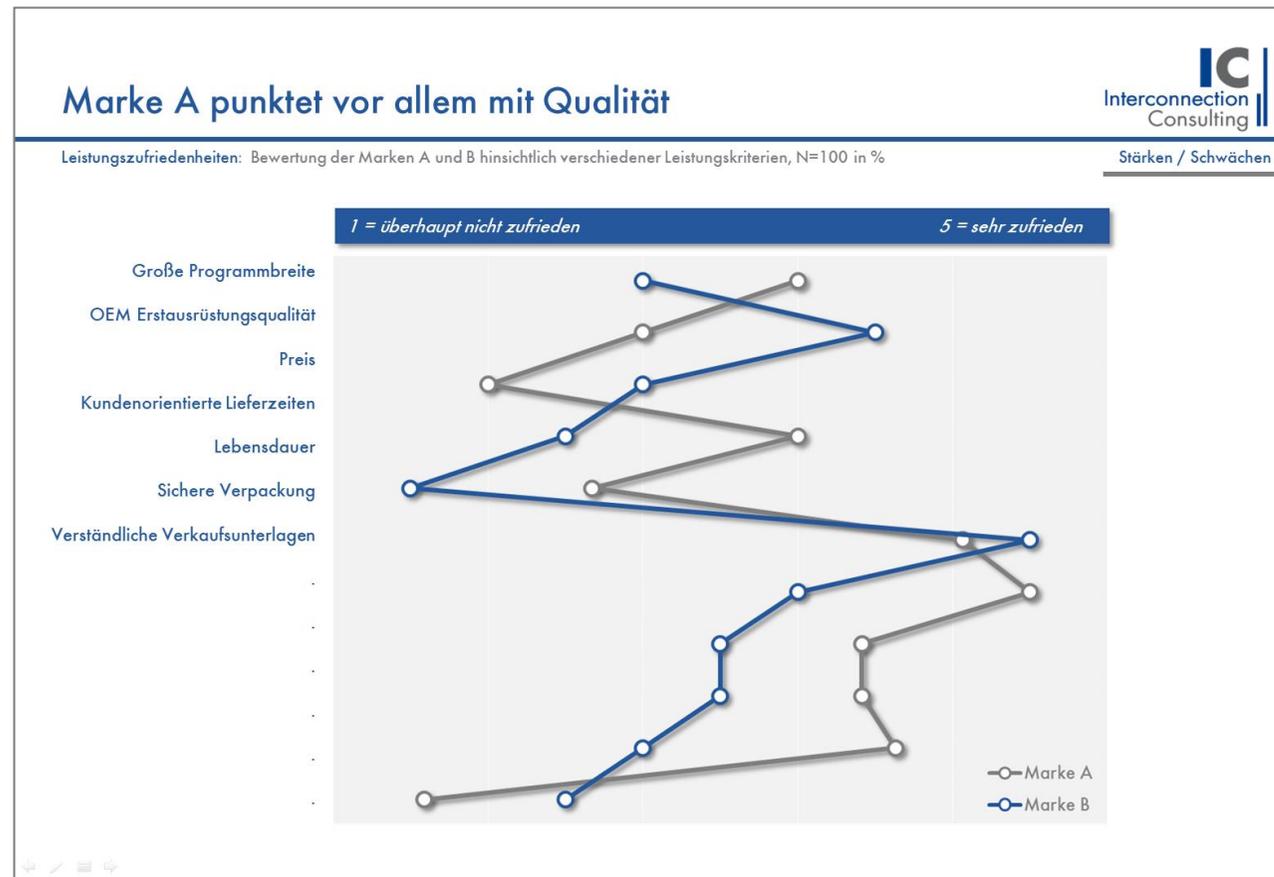
*äußerst wahrscheinlich*



- Wir analysieren nicht nur in welchen Bereichen Ihre Kunden zufrieden mit Ihren Leistungen sind, sondern erheben zusätzlich wie wichtig diese Leistungskriterien aus Kundensicht überhaupt sind.
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*

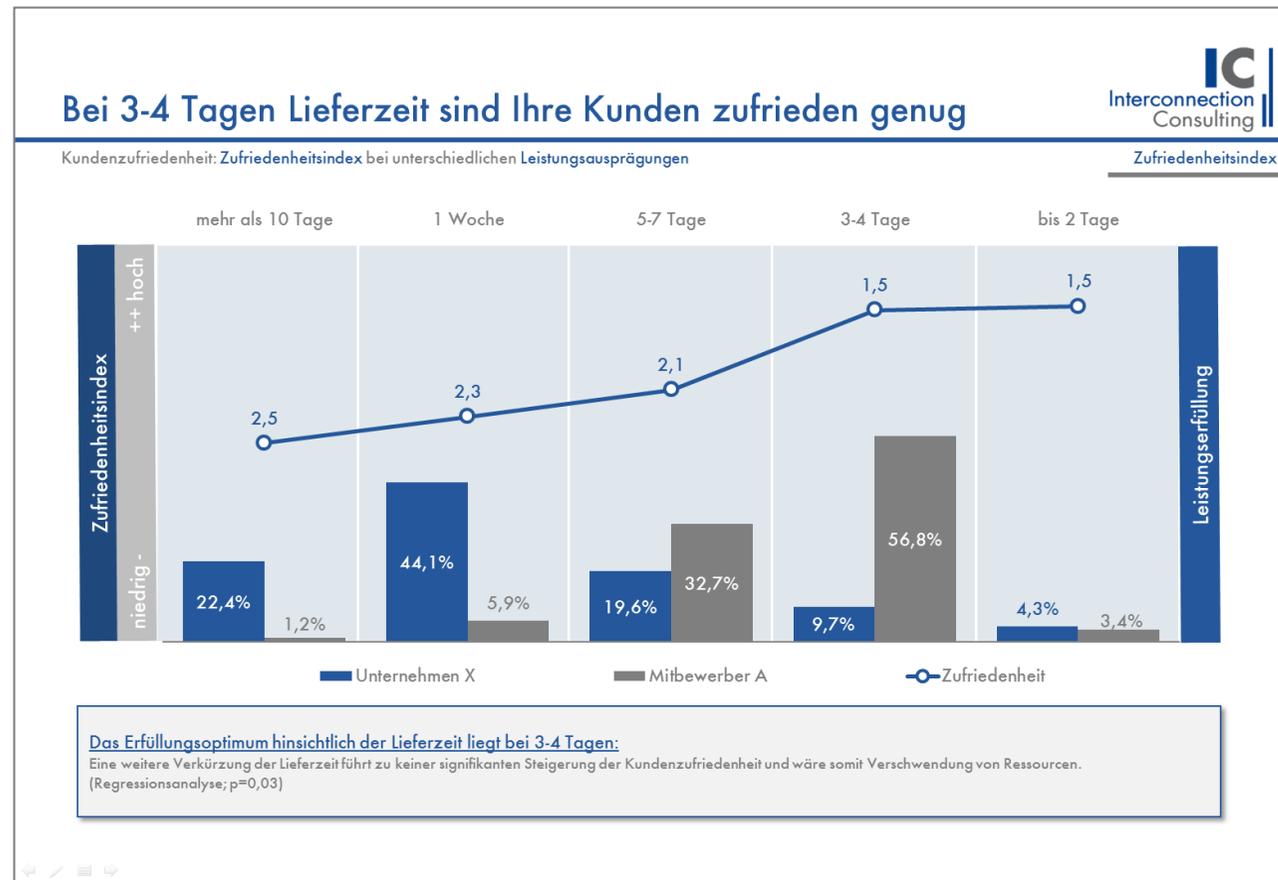


- Bewertung der Bereichszufriedenheiten anhand einer Vielzahl an unterschiedlichen Leistungsmerkmalen und Vergleich mit der Konkurrenz um Ihre tatsächlichen Stärken und Schwächen im Wettbewerb aufzudecken.
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*

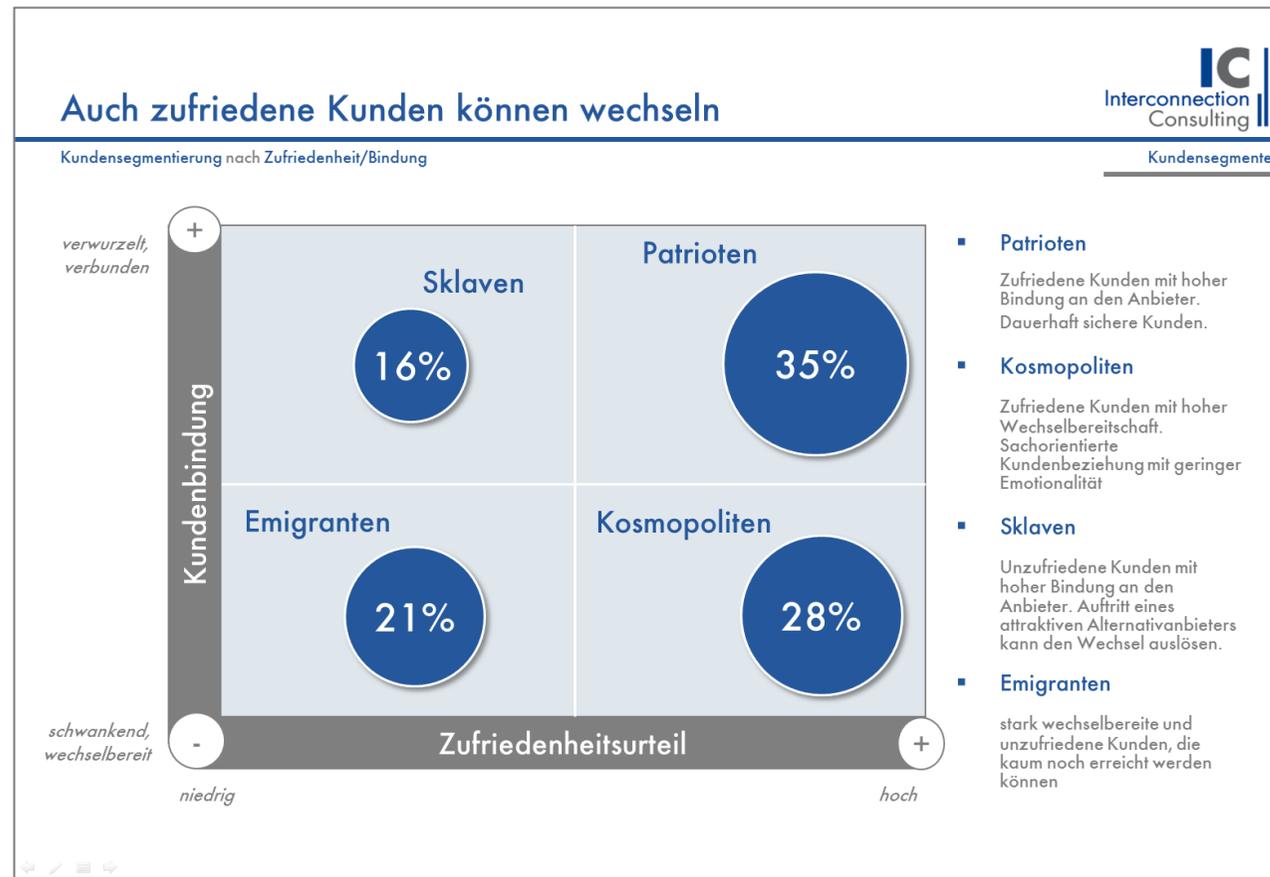


# Wieviel Zufriedenheit ist genug Zufriedenheit?

- Wir analysieren den statistischen Zusammenhang zwischen der Kundenzufriedenheit und der Ausprägung einzelner Leistungsfaktoren um zu ermitteln, ab wann es sich nicht weiter auszahlt ihre Leistungen zu verbessern.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*

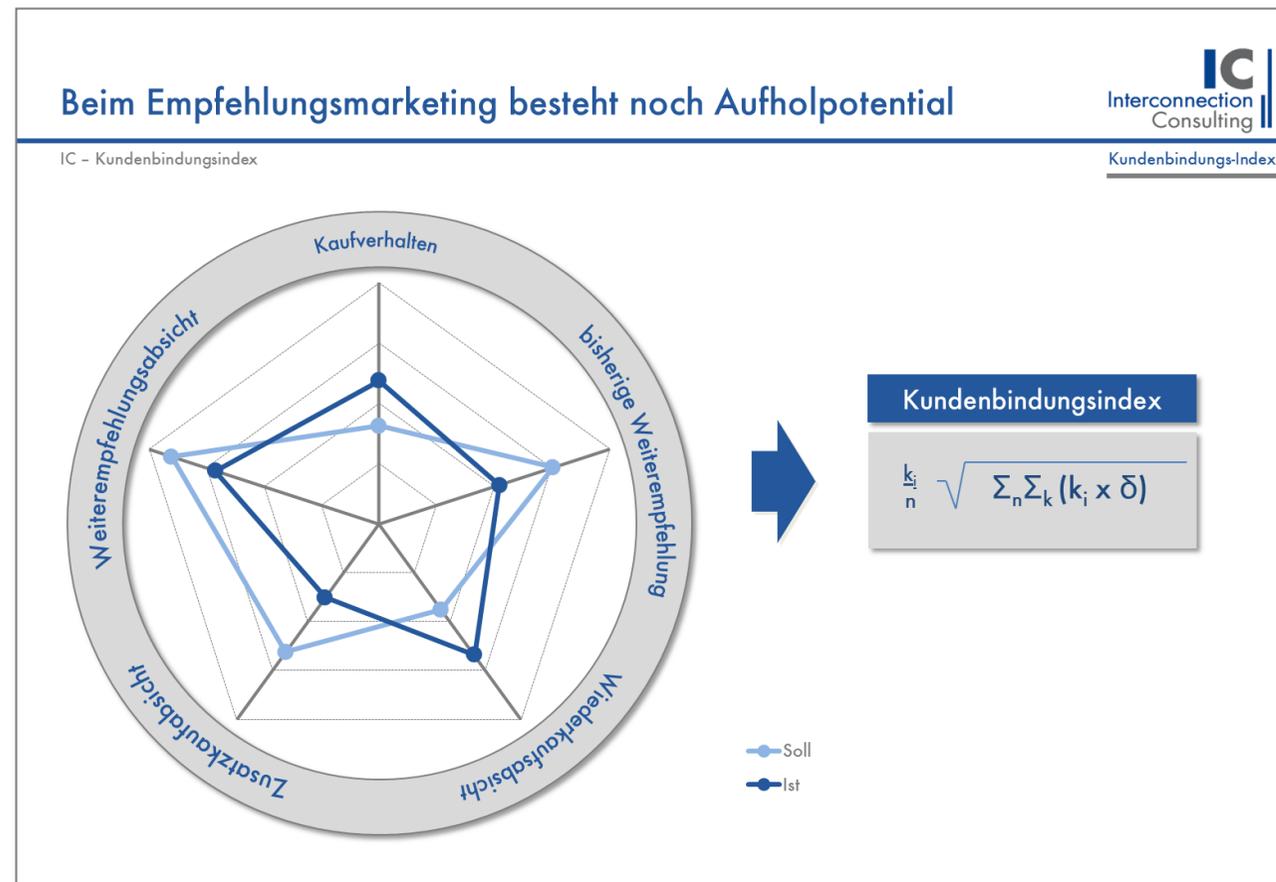


- Die statistische Analyse der Daten erlaubt uns Ihre Kunden hinsichtlich ihrer Zufriedenheit und des Kundenbindungsgrades zu segmentieren wodurch sie gezielte Marketingmaßnahmen ableiten können.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*

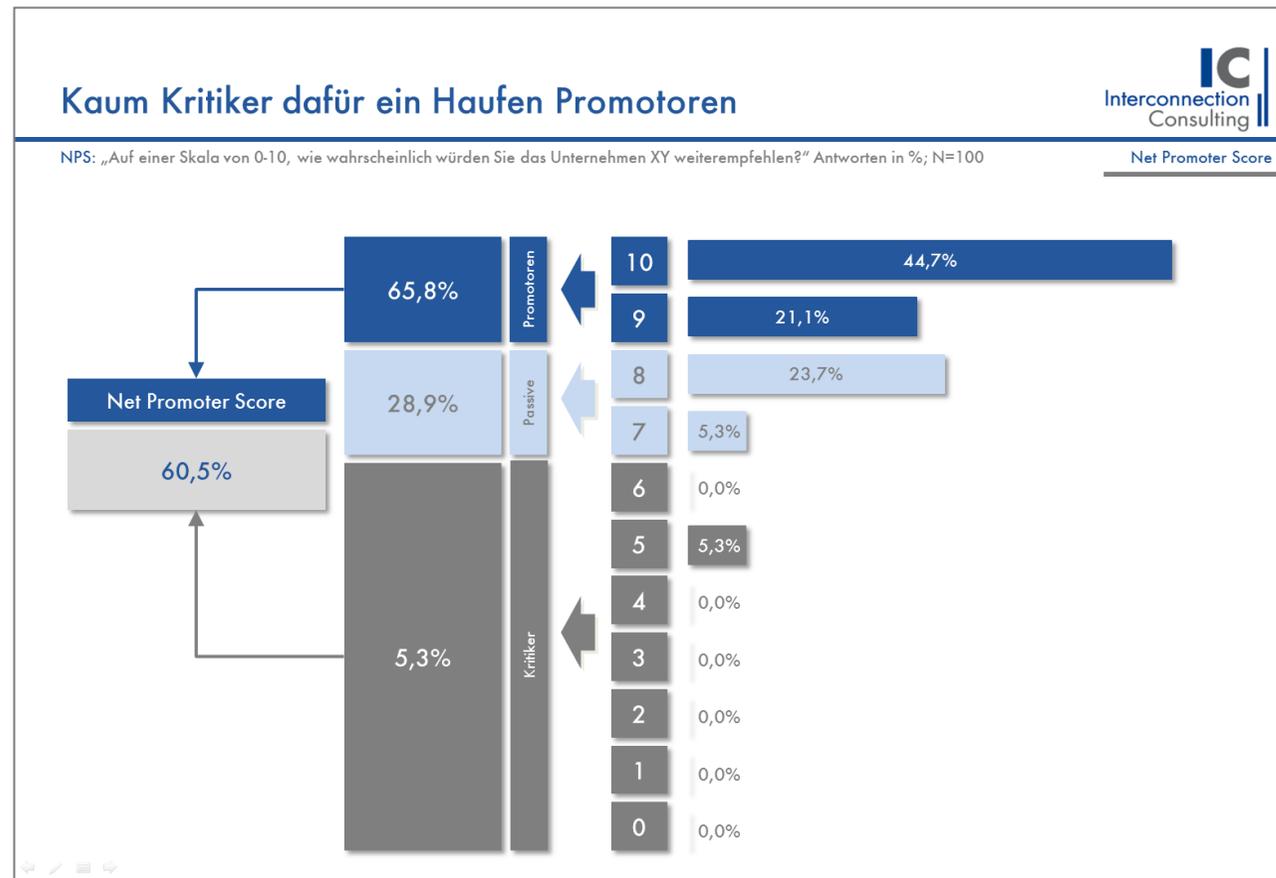


# Kundenbindungsindex – aus dem Geflecht von Informationen Vergleichbarkeit schaffen

- Auf Basis des bisherigen Kaufverhaltens sowie zukünftigen Kauf- und Weiterempfehlungsabsichten ermitteln wir einen Kundenbindungsindex der sich auch gezielt für einzelne Kunden bzw. Kundensegmente errechnen lässt.
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*



- Einfache, schnelle und kostengünstige Analyse anhand einer detaillierten Analyse der Net-Promotore-Score.
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*



- Als Unternehmensberater begleiten wir Sie gerne beim Aufbau eines gesamtheitlichen Prozesses zur Erhöhung Ihres Kundenwertes im Sinne von Messen, Verbessern und Erweitern.
- Wir haben besonders viel Erfahrung bei internationalen Befragungen und auch bei sehr schwierigen Zielgruppen im B2B-Bereich.
- Falls Sie bereits bestehende ältere Kundenzufriedenheitsdaten haben, versuchen wir mit neuen Analysen eine hohe Vergleichbarkeit darzustellen.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen  
gerne jederzeit zur Verfügung!

**Interconnection Consulting**  
Getreidemarkt 1, A-1060 Wien

Mag. Ernst Rumpeltes – Market Analyst  
Tel: +43 1 5854623 - 38  
Fax: +43 1 5854623 - 30  
[rumpeltes@interconnectionconsulting.com](mailto:rumpeltes@interconnectionconsulting.com)

