

TÜV NORD CERT – Geprüfte Kundenzufriedenheit

TÜV NORD CERT GmbH
Große Bahnstr. 31
22525 Hamburg
Tel.: 040 8557-2158

Kennen Sie Ihre Kunden?

Ein erfolgreiches Kundenmanagementsystem ist die Basis für den heutigen und zukünftigen Erfolg Ihres Unternehmens.

Nur wer seine Kunden kennt und die Kundenanforderungen mit in den Leistungsprozess einbezieht, kann Kunden langfristig an das Unternehmen binden und zufrieden stellen.

Zufriedene Kunden können nachweislich zur Unternehmenswertsteigerung beitragen. Sie tragen beispielsweise mit positiver Mundwerbung, einer geringeren Preiselastizität, Cross-Selling und Wiederkäufe zu Einsparungen bei den Beziehungskosten und der Freisetzung von Akquisitionsressourcen bei.

Wie kann die Kundenzufriedenheit gemessen werden?

TÜV NORD bietet Ihnen ein Verfahren, dass auf Grundlage der Zertifizierungssystematik individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnitten wird. Mit der Ermittlung eines repräsentativen Meinungsbildes Ihrer Kunden, erhalten Sie ein Management-Tool zur Verbesserung Ihrer Leistungsperformance im Sinne Ihrer Kunden.

Neben der Erhebung spezifischer Kennzahlen, werden aus Fokusgruppen unternehmensindividuelle Leistungskriterien mittels einer 5er Skala bewertet. Neben der reinen Zufriedenheitsbewertung wird auch die jeweilige Bedeutung/Wichtigkeit dieser Kriterien für Ihre Kunden erhoben. Anhand dieser zweidimensionalen Betrachtung können wir Ihnen gezielte Ansatzpunkte für die Optimierung Ihres Kundenmanagements aufzeigen.

Wie führt TÜV NORD die Kundenbefragung durch?

Für die Durchführung der Kundenbefragung bieten wir Ihnen unterschiedliche Erhebungsmethoden, wie beispielsweise die postalische, telefonische, Online- oder PoS-Befragung. Auf der zweiten Seite finden Sie hierzu nähere Informationen.

Die Durchführung einer Kundenbefragung bietet Ihnen TÜV NORD auch von einer Zertifizierung unabhängig an.

Welche Vorteile bringt die Messung der Kundenzufriedenheit?

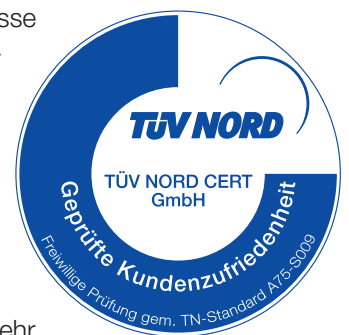
Die Messung der Kundenzufriedenheit eröffnet Ihrem Unternehmen eine Reihe von Vorteilen:

- Sie erhalten ein neutrales und ungefiltertes Feedback Ihrer Kunden.
- Trends in der Entwicklung Ihrer Kundenorientierung werden sichtbar.
- Sie bekommen mehr Sicherheit für Ihre zukünftigen Entscheidungen und können Marketingmaßnahmen effizienter steuern.
- Sie erhalten detaillierte Rückmeldungen für Ihre Weiterentwicklung und die kontinuierliche Verbesserung Ihres Kundenmanagementsystems.
- Das Prüfzeichen erhöht die Glaubwürdigkeit Ihrer Serviceversprechen bei Neu- und Bestandskunden.

Die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsmessung lassen sich ebenfalls für weitere Zertifizierungen nutzen (z.B. DIN EN ISO 9001 oder Geprüfte Service-Qualität).

Was beinhaltet die Zertifizierung der Kundenzufriedenheit?

Eine erfolgreiche Zertifizierung ermöglicht Ihnen die Verwendung des Prüfzeichens TÜV NORD "Geprüfte Kundenzufriedenheit" im Marketing und in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Im Rahmen der Zertifizierung überprüft TÜV NORD die Ergebnisse einer aktuellen und repräsentativen Kundenbefragung. Hierbei muss das Ergebnis der Gesamtzufriedenheit, sowie die Zufriedenheit der betrachteten Fokusgruppen, mindestens den Wert 2,2 ergeben (bewertet anhand einer Skala von 1 = sehr zufrieden bis 5 = unzufrieden).



Ein weiterer Bestandteil der Zertifizierung ist der Nachweis eines professionellen Umgangs mit Kundenbeschwerden/Reklamationen. Dieser wird im Rahmen der Dokumentenprüfung ermittelt.

Ablauf der Kundenbefragung



1. Definition der Erhebungsmethode

Die Frage nach der geeigneten Erhebungsmethode hängt insbesondere von der Art der Kundenbeziehung (z.B. fortlaufendes Vertragsverhältnis), der Kontakthäufigkeit und der Kontaktart ab. Bevor Sie sich auf die eine oder andere Erhebungsmethode festlegen, muss analysiert werden, welchen Kontaktkanal Ihre Kunden überwiegend nutzen.

Bei der Wahl der optimalsten Erhebungsmethode ist zunächst zu prüfen, ob die entsprechenden Kundenkontaktdaten zur Verfügung stehen. Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass durch die gewählte Variante auch der erforderliche Rücklauf für eine repräsentative Befragung erzielt werden kann.

Die folgenden Erhebungsmethoden werden im Hinblick auf die zu erreichende Befragungsstichprobengröße von TÜV NORD angeboten:

- Die **telefonische Kundenbefragung** eignet sich für Unternehmen im B2B oder B2C Bereich, insbesondere für kurzfristige Erhebungen. Die Trefferquote ist bei dieser Erhebungsmethode am höchsten.
- Die **Briefbefragung** führt TÜV NORD insbesondere bei Privatkunden (B2C) durch. In Abhängigkeit von Urlaub/Ferien etc. kann mit einem durchschnittlichen Rücklauf von ca. 10 Prozent gerechnet werden. Die Durchführungszeit von der Versendung bis zur Auswertung der schriftlichen Befragung liegt im Durchschnitt bei sechs Wochen. Die Briefbefragung eignet sich insbesondere für Unternehmen mit einem großen Kundenstamm.
- Die **Onlinebefragung** eignet sich insbesondere für Unternehmen mit Businesskunden (B2B) oder Onlineaffinen Privatkunden. Für Unternehmen mit Onlineaffinen Privatkunden sollten mindestens 5.000 aktuelle Kundendaten für die Befragung zur Verfügung stehen. Dies gilt nicht für Unternehmen im B2B Bereich, da hier in der Regel mit einem deutlich höheren Rücklauf zu rechnen ist.
- Eine **Point of Sale Befragung** kann durch eine Urnenbefragung oder eine PoS spezifische Onlinebefragung durchgeführt werden.

2. Design der Befragung

In der Designphase entwickelt TÜV NORD, ausgehend von einem Basisfragebogen und unter Berücksichtigung der für eine Zertifizierung relevanten Systematik, einen auf Ihr Unternehmen zugeschnittenen Befragungsbogen. Hierbei werden die Zufriedenheit und die Bedeutung/Wichtigkeit der Leistungskriterien abgefragt, die den vier Fokusgruppen zuordnungsbar sind.

3. Datengewinnung

Die Durchführung der Kundenbefragung erfolgt nach der – in der Definitionsphase festgelegten – Methode. Die Befragung kann in Abhängigkeit der Durchführungsmethode zwischen drei bis acht Wochen dauern.

4. Datenauswertung

Im Anschluss werden die gesammelten Kundenfeedbacks nach einem standardisierten Verfahren ausgewertet. Aus den Ergebnissen lassen sich aussagekräftige Verbesserungspotenziale ableiten. Sie erhalten einen genauen Überblick über Stärken und Schwächen der Leistungsprozesse aus Sicht Ihrer Kunden.

Gleichzeitig deckt das Verfahren auf, welche Servicekriterien für die Kunden besonders wichtig sind und wo Einsparpotenziale bestehen. Ein anschaulicher Ergebnisbericht hilft bei der internen Kommunikation der Resultate.

Prüfbericht

Im Rahmen der Zertifizierung werden die Ergebnisse der Kundenbefragung in einem Prüfbericht durch aussagekräftige Diagramme dargestellt und hinsichtlich der Einhaltung aller Prüfkriterien bewertet. Die aus der Datenanalyse ersichtlichen Verbesserungspotenziale werden im Prüfbericht aufgeführt, so dass bis zur jährlichen Überwachungsprüfung entsprechende Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt werden können.