SWISSBENCHMARK
BEFRAGUNGEN I ANALYSEN

MODELLE

Kundenbefragung

„Nutzen wir das grosse Potenzial unserer Kunden"

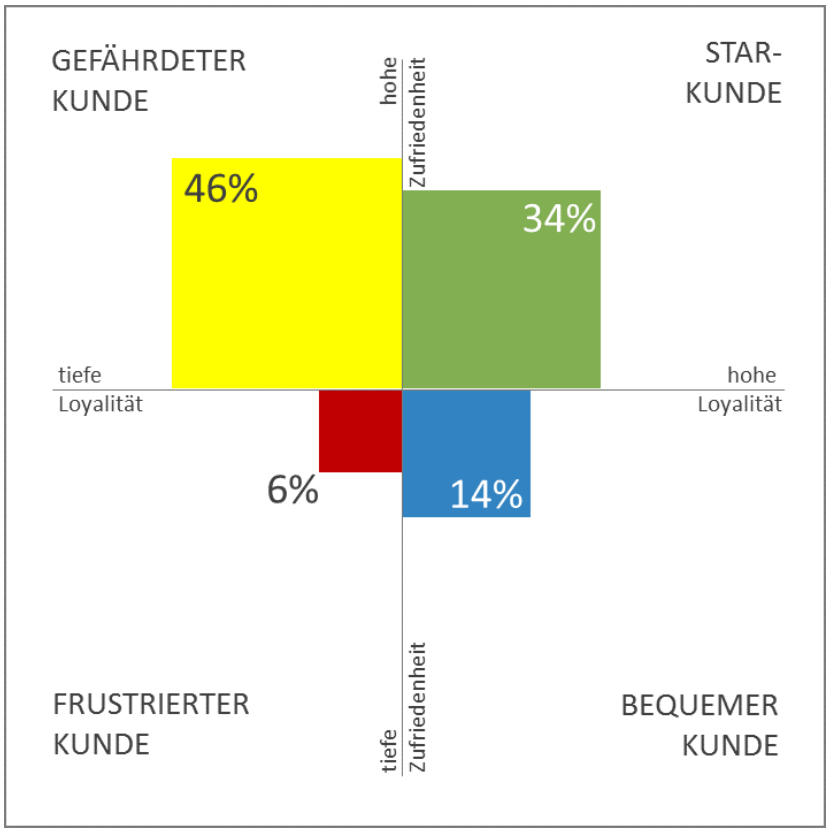
Modelle erlauben eine vertiefte Analyse und schaffen einen Mehrwert.

SWISSBENCHMARK
St. Georg-Strasse 2a
CH-6210 Sursee
Tel.: +41 / 41 925 84 14
Fax: +41 / 41 925 84 01
info@swissbenchmark.ch
www.swissbenchmark.ch

Loyalitätsindex:

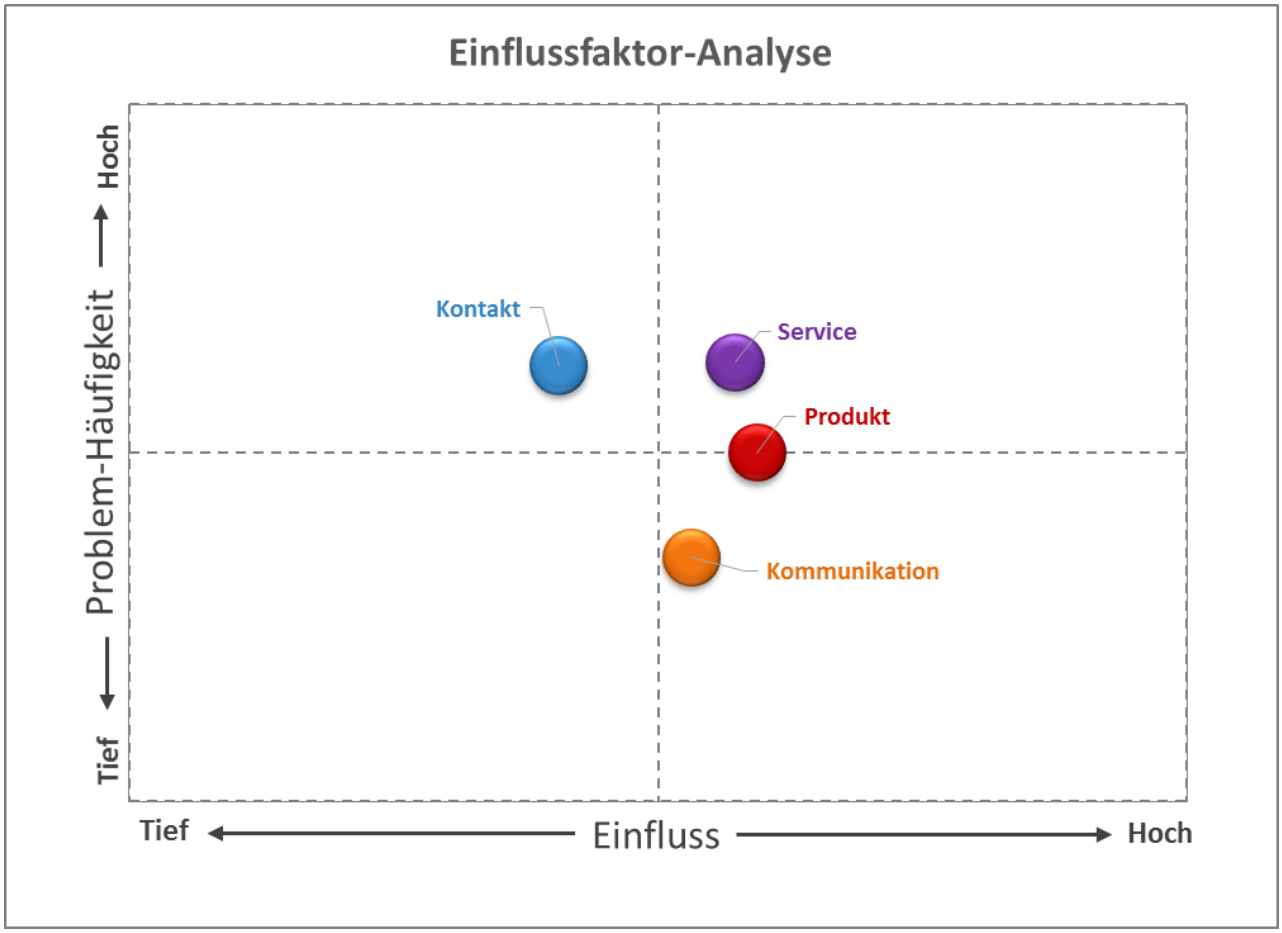
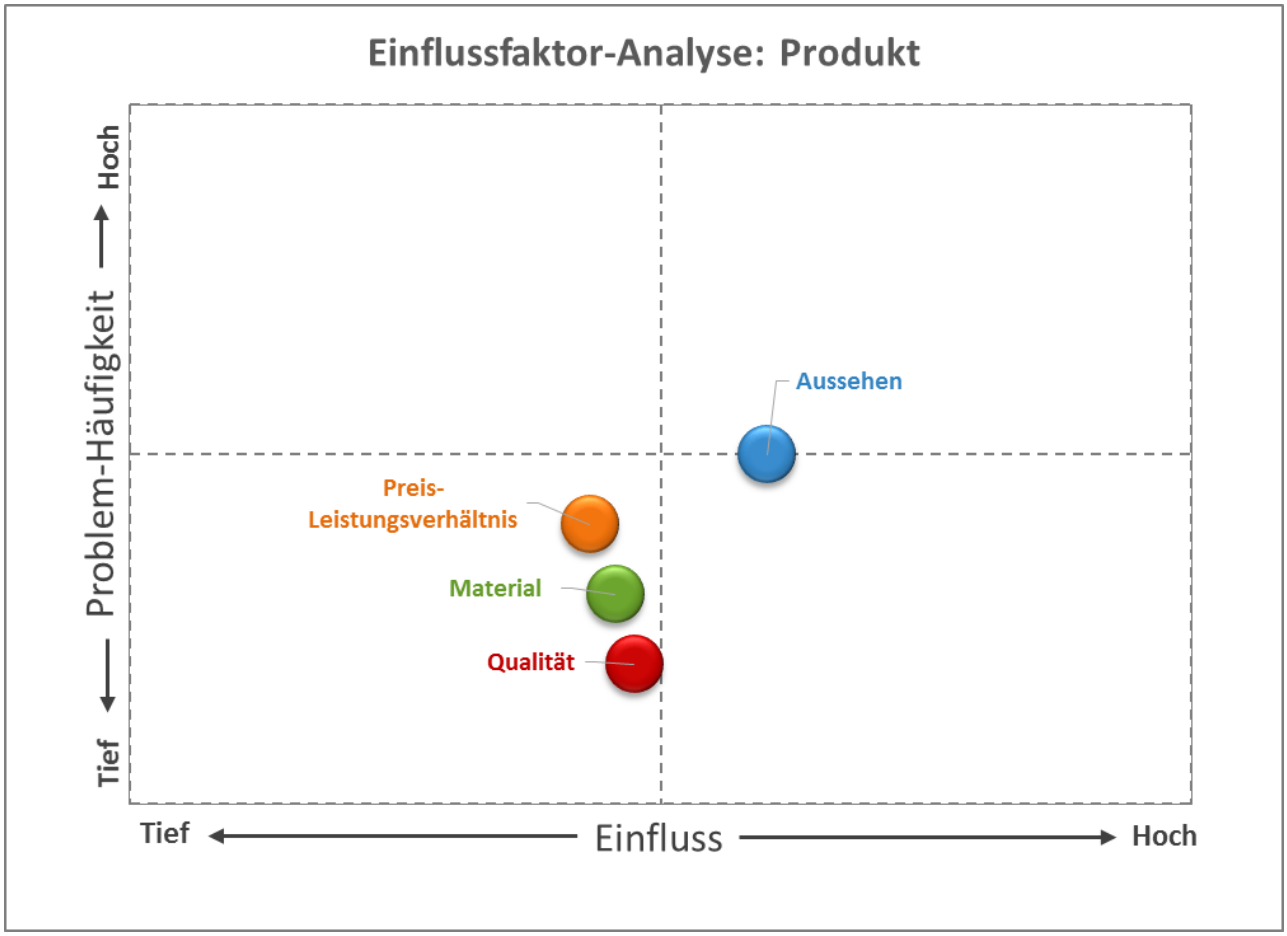
Jedes Unternehmen wünscht sich loyale Kunden, denn diese haben einerseits vor, den Service, die Dienstleistung, das Produkt des Unternehmens wieder in Anspruch zu nehmen resp. zu kaufen. Andererseits können sie es sich auch vorstellen, das Unternehmen weiterzuempfehlen. Stellt man dieser Loyalität die Gesamtzufriedenheit gegenüber, dann erhält man den Loyalitätsindex. In ihm werden die Kunden in 4 Gruppen eingeteilt:

Der Star-Kunde:	Ist zufrieden und loyal. Dieser Kunde wird in nächster Zeit den Anbieter nicht wechseln. Er ist ein Fan des Unternehmens.
Der bequeme Kunde:	Ist loyal, aber nicht zufrieden. Diese Kunden sind entweder aus Leidenschaft Kunde oder aber sie sind zu bequem, um den Anbieter zu wechseln.
Der gefährdete Kunde:	Ist zufrieden, aber nicht loyal. Ein anderer Anbieter hätte bei diesem Kunden auch Chancen.
Der frustrierte Kunde:	Ist weder zufrieden, noch loyal. Wird wahrscheinlich demnächst den Anbieter wechseln.



Einflussfaktor-Analyse

Bei einer Kundenbefragung werden verschiedene Faktoren beurteilt. Normalerweise werden diese Faktoren mit Mittelwertberechnungen ausgewertet und miteinander verglichen. Zusätzlich zu dem Vergleich zwischen den verschiedenen Faktoren kann man mit der Einflussfaktor-Analyse, auch Impact-Score genannt, einen Mehrwert generieren, ohne dass dieser direkt abgefragt wird. Wie der Name sagt, wird der Einfluss der verschiedenen Faktoren auf die Gesamtzufriedenheit der Kunden berechnet. So kann das Unternehmen erkennen, welchen Faktoren mehr oder weniger Aufmerksamkeit zugewendet werden muss.



Sind die Kunden mit einem Faktor nicht 100%ig zufrieden, interessieren die Gründe für diese Unzufriedenheit. Diese werden mit einer zusätzlichen Frage abgeholt. Um auch diese Antworten gewichten zu können, kann erneut eine Einflussfaktor-Analyse durchgeführt werden. Diese macht dann ersichtlich, welche Komponenten Einfluss auf den Faktor haben.