

Checkliste Kundenzufriedenheit

1.) Planung und Konzeption		Voll und ganz	Teilweise	Gar nicht
1	Die Kundenzufriedenheitsbefragung ist direkt auf Vorstands- und Geschäftsführungsebene verankert.			
2	Die Unternehmensleitung stimmt überein, dass der Kundenbindung eine übergreifende Schlüsselrolle im Unternehmen zukommt.			
3	Im Unternehmen herrscht ein offener Umgang mit Fehlern und Beschwerden.			
4	Die Ergebnisse fließen in ein übergreifendes Unternehmenssteuerungsinstrument (z.B. Balanced Scorecard) ein.			
5	Die Ergebnisse werden an ein Vergütungssystem (z.B. Bonus- oder Prämiensystem) gekoppelt.			
6	Die konkreten Ziele, die mit der geplanten Kundenzufriedenheitsbefragung verfolgt werden, sind klar formuliert.			
7	Für Planung, Konzeption und Umsetzung ist ein verantwortliches Projektsteuerungsteam festgelegt worden.			
8	Mit der Unternehmensleitung finden ausführliche Diskussionen über Ziele und Konzeption der geplanten Kundenzufriedenheitsbefragung statt.			
9	Ziele, Konzeption, sowie der Bedarf an Inhalten, Analysen und Berichtslegungen werden mit allen relevanten Abteilungen im Unternehmen (z.B. Vertrieb, Marketing, Kundenbetreuung, Qualitätsmanagement) abgestimmt.			
10	Die zu befragenden Kunden werden in Abstimmung mit allen Abteilungen und Bereichen definiert.			
11	Methode, Häufigkeit, Anlass und Umfang der Befragungen werden festgelegt und mit allen Abteilungen abgestimmt.			
12	Der interne Kenntnisstand im Hinblick auf alle relevante Kundenkontaktpunkte, Kundenerwartungen, Kaufentscheidungskriterien ist fundiert genug, um die Befragungsinhalte zu konkretisieren.			
13	Die Fragebogeninhalte stehen in Einklang mit der eingangs formulierten Zieldefinition.			
14	Die Befragungsinhalte sind handlungsorientiert gestaltet, d.h. es lassen sich aus den Ergebnissen eindeutige Verantwortlichkeiten für Maßnahmen ableiten.			
15	Die gestellten Fragen orientieren sich an der Sprache der Kunden, sind eindeutig formuliert, nicht suggestiv und erfragen keine zu privaten oder heiklen Sachverhalte.			
16	Im Fragebogen ist die Möglichkeit zur Erfassung offener Kundenkommentare und -anmerkungen vorgesehen.			
17	Im Fragebogen ist vorgesehen, dass Kunden die Anonymität ihrer Ergebnisse aufheben können, so dass Ergebnisse auf Einzelfallebene rückgemeldet werden können.			
18	In der Befragung ist das Angebot vorgesehen, Kontaktwünsche zu erheben und weiterzuleiten.			
19	In den relevanten Abteilungen sind Bereitschaft und Ressourcen vorhanden, Kunden auf deren Wunsch hin zu kontaktieren.			
20	Im Fragebogen ist ein Befragungsteil zur Erfassung bzw. Nachverfolgung von Beschwerden vorgesehen.			
21	Zur Durchführung der Befragung wird ein professionelles Marktforschungsinstitut ausgewählt.			

Checkliste Kundenzufriedenheit

2.) Durchführung, Auswertung und Berichtslegung

		Voll und ganz	Teil- weise	Gar nicht
1	Das durchführende Marktforschungsinstitut ist im Rahmen eines strukturierten Auswahlprozesses selektiert und beauftragt worden.			
2	Die Kunden werden vorab angemessen über die Befragung informiert.			
3	Das Ankündigungsschreiben (Brief, E-Mail) an die Kunden ist verständlich formuliert, ansprechend gestaltet und bezieht sich auf einen Ansprechpartner im Unternehmen.			
4	Der Fragebogen wird vorab einem Pretest unterzogen.			
5	Die zur Befragung verwendete Software ist Marktstandard oder entspricht aufgrund des Leistungsumfangs dem Marktstandard.			
6	Die Information über Kontakt-, Rücklauf- und Ausschöpfungsstatus der Befragungen erfolgt täglich, so dass eine Reaktion auf zu geringe Quoten möglich ist.			
7	Es werden geeignete Auswertungs- und Analyse-Tools zur Auswertung eingesetzt.			
8	Die Befragungsergebnisse werden im Projektsteuerungsteam und mit externen Beratern bzw. Feldpartnern diskutiert.			
9	Die Unternehmensleitung wird im Rahmen eines Workshops über die Ergebnisse informiert.			
10	Die Ergebnisse werden umfassend und im Detail mit allen relevanten Abteilungen diskutiert.			
11	Das weitere Vorgehen im Hinblick auf Maßnahmenableitung und deren Umsetzung wird vom Projektsteuerungsteam intern – mit allen relevanten Abteilungen – und extern – mit Beratern und Feldpartnern – abgestimmt.			

Checkliste Kundenzufriedenheit

3.) Umsetzung		Voll und ganz	Teilweise	Gar nicht
1	Ein internes Projektsteuerungsteam ist zuständig für die Koordination der abgeleiteten Maßnahmen und für deren interne Umsetzung.			
2	Zur Begleitung des Umsetzungsprozesses wird ein Moderator mit den erforderlichen Kompetenzen ausgebildet oder alternativ extern beauftragt.			
3	Die einzelnen Abteilungen sind motiviert, aus den Ergebnissen Maßnahmen abzuleiten.			
4	Anhand der Ergebnisberichte werden im Rahmen eines Workshops Stärken und Verbesserungspotenziale auf Unternehmensebene identifiziert und Handlungsempfehlungen für alle relevanten Abteilungen und Bereiche abgeleitet.			
5	Die Mitarbeiter und Führungskräfte jeder Abteilung erstellen gemeinsam mit dem Moderator einen Maßnahmenplan.			
6	Im Maßnahmenplan werden für alle Verbesserungspotenziale einzelne Maßnahmen festgelegt und zugleich Verantwortliche, Zeitrahmen und Prioritäten zu deren Umsetzung spezifiziert.			
7	Die Maßnahmen setzen systematisch am direkten Kundenerlebnis (d.h. an allen Kundenkontaktpunkten) an.			
8	Für die systematische Umsetzung der Maßnahmen werden entsprechende Prozesse definiert und implementiert.			
9	Zur Umsetzung der Maßnahmen werden den Abteilungen und Bereichen erforderliche Ressourcen zur Verfügung gestellt.			
10	Die Mitarbeiter an den einzelnen Kundenkontaktpunkten werden über Trainings und Coachings in die Lage versetzt sind, die beschlossenen Maßnahmen umsetzen zu können.			
11	Die Maßnahmenumsetzung fließt in individuelle oder gruppenbezogene Zielvereinbarungen in der jeweiligen Abteilung mit ein.			
12	Die Maßnahmenumsetzung wird vom Projektsteuerungsteam und einem Moderator nachverfolgt.			
13	Probleme und Fortschritte bei der Umsetzung der geplanten Maßnahmen werden transparent und zeitnah erfasst und diskutiert.			
14	Der Unternehmensleitung und dem Projektsteuerungsteam werden konkrete Informationen über abgeschlossene Umsetzungsmaßnahmen gegeben.			
15	Die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen wird kontinuierlich anhand von quantitativen Monitoringinstrumenten überprüft.			

2hm & Associates GmbH,
 Breidenbacherstrasse 8-10,
 5516 Mainz, Germany
www.2hm.com

Ihr Ansprechpartner:

Mathias Jahn
 Head of CRM
 Telephone +49 61.31-37.16.60
 Telefax: +49-61.31-37.16.50
 Mobil: +49 172.59.81.98.6
 E-Mail: jahn@2hm.com



Wir über uns:

2hm & Associates ist eine international tätige, inhabergeführte Strategie- und Managementberatung. Wir verfügen über einen leistungsfähigen und erfahrener Beraterstab, der auf Basis hochwertiger Primärdaten eine effiziente Implementierung gewährleistet. Jeder Senior Berater verfügt über mehr als 10 Jahre Projekterfahrung im CRM-Umfeld. Von der Konzeption über die Bewertung und Einführung bis hin zum Betrieb verfügen wir über langjährige internationale Referenzen und Projekte in den Bereichen Marketing, Vertrieb und E-Commerce.