WERKZEUG

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kundenzufriedenheits-Monitoring | | | |
| Thema | **Maßnahme** | **Termin** | **Verantw.** |
| 1. Prozessanalyse „Customer Touch Points“ |  |  |  |
| 1. Messung der Kundenzufriedenheit |  |  |  |
| 1. Kenntnis der Wettbewerber |  |  |  |
| 1. Kundenfeedback bei FuE |  |  |  |
| 1. „Virtuelle Kunden“ als Fixpunkt bei allen Meetings |  |  |  |

Hintergrund: Ein Industrieunternehmen (Maschinenbau) führt ein permanentes Kunden-zufriedenheits-Monitoring ein. Dabei geht es um die selbstkritische Beurteilung und um Maßnahmen zur Verbesserung, damit die Kundschaft im Zentrum bleibt.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kundenzufriedenheits-Monitoring: *Beispiel (Industrieunternehmen)* | | | |
| Thema | **Maßnahme** | **Termin** | **Verantwortung** |
| 1. Prozessanalyse „Customer Touch Points“ | Alle Berührungspunkte der Kunden mit dem Unternehmen im Laufe eines typischen Bestellvorgangs sammeln und aufführen, um den jeweiligen Grad der Kundenorientierung qualitativ bewerten zu können | 31.05. | Huber |
| 1. Messung der Kunden-zufriedenheit | Durchgängige Erfassung der Kundenzufriedenheit auf Basis einer wöchentlichen Profil-Darstellung in den kundenrelevanten Abteilungen (Vertrieb, Marketing, Anwendungstechnik) | wöchentlich | Bereichsleitung |
| Analyse der Schwankungen | 10.06. | Bereichsleitung |
| Interne Kommunikation der Kundenzufriedenheitsanalyse | 15.06. | Huber |
| Diskussion der Ergebnisse, Einleitung von Gegenmaßnahmen | 30.06. | Bereichsleitung |
| 1. Kenntnis der Wettbewerber | Entwicklung von Wettbewerber-Cockpits zur regelmäßigen Einschätzung von deren Stärken und Schwächen in marktrelevanten Bereichen | 31.05. | Berger |
| Sammlung von jeglichen Wettbewerberinfos in Datenbanken | permanent | Alle Mitarbeiter |
| 1. Kundenfeedback bei FuE | Obligatorische Kundenzufriedenheitserhebung in den Lastenheften bei Entwicklungsprojekten | 31.01. | Bott |
| 1. „Virtuelle Kunden“ als Fixpunkt bei allen Meetings | Einführung eines virtuellen Kunden-Feedbacks am Ende aller Vertriebs-, Marketing- und Entwicklungs-Meetings | 31.01. | Bereichsleitung |