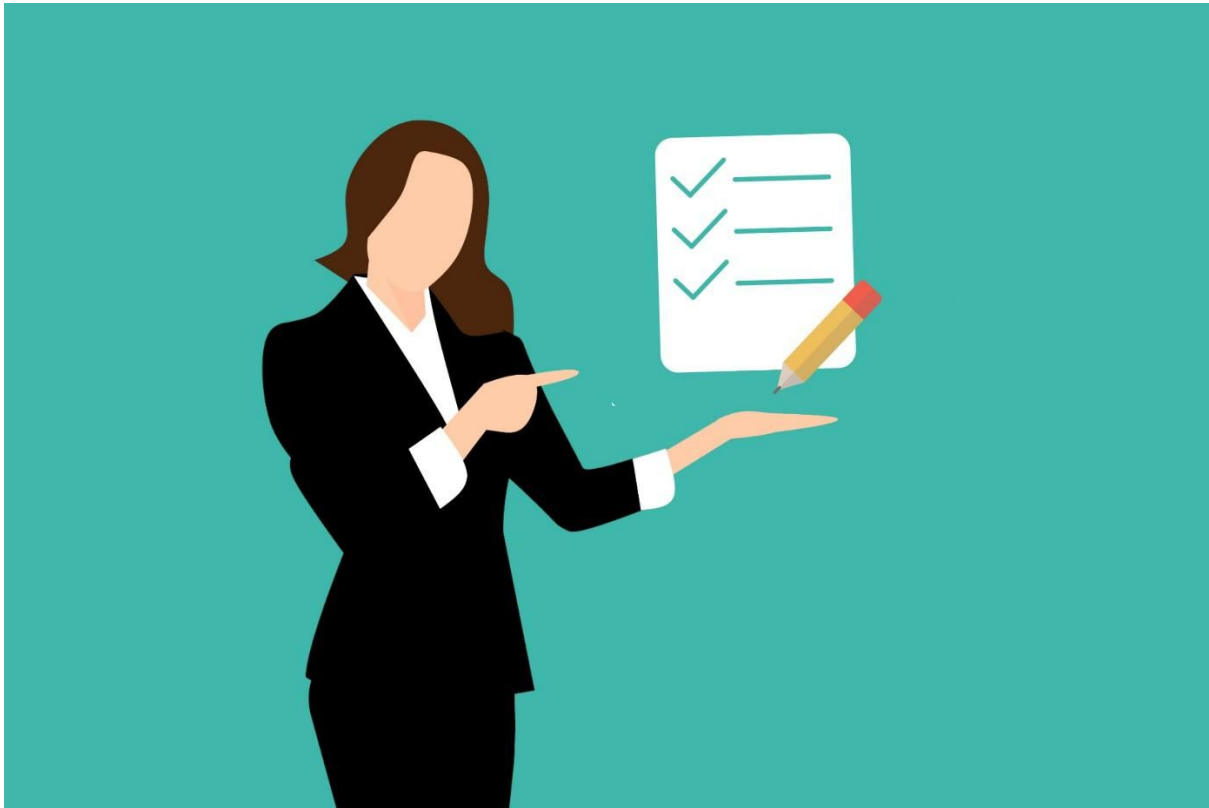


Kundenbefragung – Muster

9 Fragen für Ihr Unternehmen



Niemand kann Ihnen besser Auskunft darüber geben, welche Erwartungen der Kunde an Sie, Ihre Produkte oder Dienstleistungen hat, als der Kunde selbst. Die Kundenbefragung und die damit verbundene Kundenzufriedenheitsauswertung sind wichtige Instrumente für Ihr Qualitätsmanagement und Ihr Marketing. Wenn Sie kundenorientiert arbeiten möchten, sind regelmäßige Kundenbefragungen unabdingbar.

Eine gute Gelegenheit für eine sinnvolle Umfrage ist, direkt nach einem Verkaufs- oder Dienstleistungsprozess zu starten.

Sie können dies persönlich oder telefonisch machen, oder auch mit technischen Lösungen wie Online-Befragungen, Umfrage-Apps oder festen Feedbackterminals.

Nutzen Sie gerne diese Musterfragen als Vorlage, um eine Umfrage zu erstellen, oder nutzen Sie diese als Orientierungshilfe. Natürlich sollten die Texte noch Ihren individuellen Bedürfnissen, Ihrer Branche, Ihrem Unternehmen, usw. angepasst werden.

Der Einstieg

Eine passende Anrede ist genauso wichtig, wie der eigentliche Grund für das Ausfüllen des Fragebogens. Kein Kunde macht etwas grundlos, also begründen Sie die Aktion und unterstreichen Sie den Vorteil.

Der Datenschutz darf auch in diesem Kontext nicht vergessen werden. Verdeutlichen Sie Ihrem Kunden, in welcher Form seine Daten verwendet und gespeichert werden.

Sehr geehrte/r [Name Platzhalter],

willkommen bei unserer Umfrage. Sie als unser Kunde sind uns wichtig – und ebenfalls wichtig für uns ist Ihre Meinung.

Wir bitten Sie um wenige Minuten Ihrer Zeit und um ehrliche Antworten, um unseren Service/ unser Produkt besser an Ihre Wünsche und vor allem an Sie anpassen zu können. Ihre Angaben werden anonym ausgewertet. Es sei denn, Sie wünschen einen persönlichen Kontakt.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Tipp

Die Praxis hat gezeigt, dass ein sehr starker Zusammenhang zwischen Weiterempfehlung, Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität besteht. Die Frage nach einer Weiterempfehlung ist daher richtungsweisend: Ein sehr guter Messwert hierfür ist der Net Promoter Score.

1. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns in Ihrem privaten oder beruflichen Netzwerk weiterempfehlen?

Zur Beantwortung dieser Frage eignet sich eine Skala von 0 (gar nicht wahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich) besonders gut.

Zufrieden/ Unzufrieden

Diese allgemein gestellte Frage hilft Ihnen dabei, das Gesamtbild Ihres Unternehmens einzuschätzen.

2. *Wie zufrieden sind Sie generell mit unserem Unternehmen?*

sehr zufrieden

einigermaßen zufrieden

nicht wirklich zufrieden

eher unzufrieden

sehr unzufrieden

Produkt- Dienstleistungsbeschreibung

Mit dieser Frage lässt sich erörtern, wie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung von den Kunden wahrgenommen wird. Die Ergebnisse können Diskrepanzen zwischen Fremd- und Eigenbild aufdecken. Danach können Sie Ihre weitere Ausrichtung festlegen.

3. *Welche der folgenden Adjektive würden Sie zur Beschreibung unserer Dienstleistungen wählen? Eine Mehrfachauswahl ist möglich.*

zuverlässig

hoch qualitativ

nützlich

einzigartig

preiswert

überteuert

unpraktisch

ineffizient

minderwertig

unzuverlässig

Fällt Ihnen ein weiteres Wort ein?

Qualität

Mit dieser Frage ermitteln Sie, ob die Qualität des Produktes/der Dienstleistung den Erwartungen des Kunden entspricht.

4. Wie würden Sie die Qualität unseres Produktes/unsere Dienstleistung bewerten?

Sehr hohe Qualität

Hohe Qualität

Durchschnittliche Qualität

Niedrige Qualität

Schlechte Qualität

Preis-Leistungs-Verhältnis

Nachdem die Erfüllung der Qualität bereits erfragt wurde, erfragen Sie nun die Kundenmeinung über Ihre Preispolitik.

5. Wie bewerten Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis unseres Produktes/unsere Dienstleistung?

günstig

angemessen

durchschnittlich

kostspielig

überteuert

Erreichbarkeit

Nun kommen wir zur generellen Erreichbarkeit.

6. *Wie erreichbar waren wir seither für Sie?*

Sehr leicht zu erreichen

leicht zu erreichen

generell zu erreichen

schwierig zu erreichen

nicht erreichbar

Kundentreue

Die Wichtigkeit einer Kundenbindung ist unumstritten und trotzdem konzentrieren sich viele Unternehmen hauptsächlich auf die Neukundengewinnung. Umsatzpotentiale bestehender Kunden werden nicht erkannt und sehr oft wieder an den Wettbewerb verloren.

Falls Ihre Kunden mit dem Gedanken spielen abzuwandern, sollten Sie dies schnellstmöglich herausfinden.

8. *Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie wieder bei uns kaufen werden?*

extrem wahrscheinlich

sehr wahrscheinlich

unentschlossen

eher unwahrscheinlich

sehr unwahrscheinlich

Platz für Kommentare

Es sollte immer Platz für mögliche Kommentare und Anregungen geben, die Sie eventuell in Ihrer Kundenbefragung nicht berücksichtigt haben.

9. *Haben Sie weitere Fragen, Kommentare oder Anmerkungen?*

Bedanken Sie sich

Selbsterklärend:

Danke für die Teilnahme an der Umfrage!

Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme an der Umfrage. Mit Ihrer Hilfe können wir weiter an uns arbeiten und besser werden.

Ihr [Platzhalter Unternehmen]-Team/[Platzhalter Name]

Kurz und knapp, vermeiden Sie diese Fehler:

Zu restriktive Fragen ohne „Ausweichmöglichkeit“

Zu viele Fragen (weniger ist mehr!)

Das Ziel muss klar sein

Zu viele Kundenbefragungen

Stellen Sie keine Fragen, wofür Sie die Antwort nicht verwerten können

www.sandro-nastasi.de