

*Zentraler Bestandteil für das
Qualitätsmanagement von
Organisationen*

Messung von Kundenzufriedenheit

Produktbeschreibung



Wozu Zufriedenheit messen?

Zufriedene Kunden kommen wieder und zufriedene Kunden empfehlen weiter – das sind die wesentlichen Gründe, warum Kundenzufriedenheit ein aussagekräftiger Indikator für die Vitalität eines Unternehmens und ein wichtiger Hebel für die Unternehmensführung ist. Die Messung der Zufriedenheit von Kunden mit Produkten und Diensten stellt damit einen wesentlichen Baustein der Unternehmensführung dar. Von Kunden lernen bedeutet, sein Unternehmen besser zu kennen. Der Stellenwert von Kundenzufriedenheit (engl. *customer satisfaction*) hat aber auch in öffentlichen Verwaltungen in den letzten Jahrzehnten zugenommen und bildet dort einen wesentlichen Baustein vieler Verwaltungsreformen.

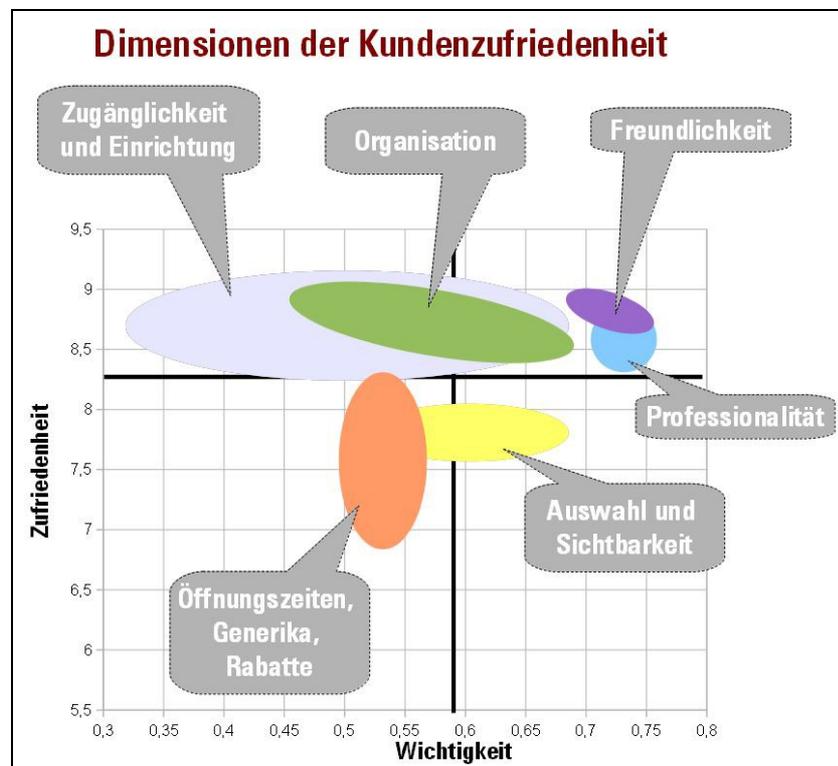
Wie Zufriedenheit messen?

Die empirische Marktforschung unterstützt die Messung von Kundenzufriedenheit durch eine Reihe erprobter Verfahren. Die am häufigsten eingesetzte Methode besteht in der direkten Befragung einer Auswahl von Kunden, entweder persönlich, am Telefon oder online.

Den Hintergrund dieser Messungen bildet immer ein Modell aus der Sozialpsychologie, welches davon ausgeht, dass Zufriedenheit aus dem individuellen Vergleich von Erwartungen und Erfahrungen entsteht, was in der Folge zu einer Bewertung eines Produkts oder Dienstes führt. Gerade die Seite der Erwartungen wird bei solchen Unter-

suchungen oft vernachlässigt. Der zweite Faktor für ein vertieftes Verständnis von Kundenzufriedenheit ist die Analyse einzelner Teilaspekte des Produktes oder der Dienstleistung nach Wichtigkeit, die zu Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren führt. Erst eine Zusammenschau dieser beiden Faktoren – Erwartungen und Wichtigkeit von Teilaspekten – erlaubt eine Deutung der gemessenen Werte und die Entwicklung konkreter Maßnahmen.

Analyse verschiedener Dimensionen der Kundenzufriedenheit nach Wichtigkeit und Zufriedenheit: Beispiel einer Untersuchung in öffentlichen Apotheken (apollis 2012)



Zufriedenheitsmessung bei apollis

apollis führt seit dem Jahr 1995 Untersuchungen zur Kundenzufriedenheit durch und hat aus zahlreichen Studien bei privaten und öffentlichen Organisationen drei Richtlinien für die Qualität der eigenen Arbeit herausgearbeitet:

- Standardinstrumente werden den Anforderungen der Auftraggeber nicht gerecht.

Jede Organisation, jeder Dienst, jedes Produkt hat Besonderheiten, an die Methoden und Instrumente anzupassen sind.

- Benchmarking, also der Vergleich verschiedener Kundengruppen oder der Vergleich unterschiedlicher Organisationen, ist ein wirksamer Ansatz, macht aber nur dann Sinn, wenn Wissen und Sorgfalt in stichprobentechnischer Hinsicht gegeben sind.
- Die Messung der Kundenzufriedenheit kann ein wesentliches Instrument im Qualitätsmanagement sein. Damit dies gelingt, muss besonderes Augenmerk auf die Wirksamkeit gelegt werden. Wirksam ist eine Untersuchung aber nur, wenn bei der Interpretation der Ergebnisse eine Brücke zu konkreten Maßnahmen geschlagen wird, die idealerweise in Zusammenarbeit von Auftraggeber und durchführendem Institut entwickelt werden.

Kontakt

Beschreiben Sie uns Ihr Anliegen, wir diskutieren gerne unverbindlich mit Ihnen. Unsere Kontaktdaten:

apollis

Institut für Sozialforschung & Demoskopie
Dominikanerplatz 35
39100 Bozen

Tel: +39-0471-970115

Mail: info@apollis.it

Fax: +39-0471-978245

Web: www.apollis.it