

# Systematische

# Kundenbefragungen

## 1) Was ist eine Kundenbefragung?

Kundenbefragungen helfen Ihnen bei der Erlangung von Informationen über das Verhalten und die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Käufer. Erst damit können Sie Ihre Unternehmensziele auf Ihre Kunden abstimmen und diese langfristig binden.

## 2) Wozu dient sie?

Um als Unternehmer/in erfolgreich zu bleiben, genügt es nicht mehr, Ihren Kunden Nutzen zu bieten, also deren Bedürfnisse und Erwartungen optimalerfüllen. Die Mentalität "darf's ein bißchen mehr sein?" setzt sich immer mehr durch. Es reicht oft nicht, einfach die Erwartungen zu erfüllen, sondern künftig müssen Sie sie noch übertreffen, um erfolgreich zu bleiben. Kleine, aber wichtige und spürbare Unterschiede zu Ihrer Konkurrenz wirken sich oft marktentscheidend aus. Denn Kunden werden zunehmend anspruchsvoller, weil der Markt sie "verwöhnt". Ihre Kunden wollen von Ihnen nach ihrer Meinung gefragt werden – allerdings in einer ganz bestimmten Weise und nicht zu oft. Die Fragen dürfen nicht aufdringlich sein, sie müssen zum richtigen Zeitpunkt gestellt werden und vor allem dürfen es nicht zu viele sein. Mit einer schlampig durchgeführten Befragung haben schon viele Unternehmer ihre Kunden verprellt. Eine gute Kundenbefragung ist als Projekt also "Chefsache" und bedarf einer professionellen Planung, Vorbereitung, Durchführung und Auswertung. Dann ist sie ein hervorragendes Mittel, direkt, und schnell an die wichtigen und vor allem verwertbaren Informationen zu gelangen.

## 3) Wie läuft eine effektive Befragung ab?

Das von Ihnen beauftragte Unternehmen entwickelt zusammen mit Ihnen einen Fragenstamm, der auf Ihre Kunden sowie das von Ihnen zu befragende Thema abgestimmt ist und bringt diese in die richtige Reihenfolge. Zuerst sollten Kontakt- dann Vorbereitungs- Ablenkungs-, Motivationsfragen, Fragen zur Person und schließlich Kontrollfragen gestellt werden. Nach Fertigstellung einer probereifen Fassung wird in einem Testlauf an mehreren repräsentativen Personen erprobt und durch Anregungen und Mängelhinweise dieser Personen oder der Auswerter gegebenenfalls verändert, so dass eine verständliche, ansprechende Befragung entsteht, die neben der Akzeptanz auch den Vorteil besitzt, dass sie leicht auswertbar ist und die gewünschten Informationen mit sich bringt.

Bevor Sie jedoch ein Konzept entwickeln, sollten Sie sich über einige Punkte Gedanken machen:

- Ist eine direkte oder indirekte Befragung besser?
- Soll sie mündlich, schriftlich oder telefonisch durchgeführt werden?
- Gestaltung standardisiert, frei oder strukturiert?
- Befragung zu einem oder mehreren Themen?
- Befragung einmalig oder mehrmalig?

## 4) Welcher Zeitraum ist anzusetzen?

Der Zeitraum in dem Sie die Kundenbefragung durchführen ist variabel und hängt von Ihnen ab. Sie sollten den Zeitraum jedoch vor Beginn der Befragung festlegen. Zudem können Sie entscheiden, ob Sie die Befragung ein- oder mehrmalig durchführen.

## 5) Was macht eine gute Kundenbefragung aus?

Damit Ihre Kundenbefragung für Sie erfolgreich ist, muss sie von Ihren Kunden angenommen werden. Dafür gilt es sich vorab über den zu befragenden Kundenstamm zu informieren und zusammen mit diesem Wissen und dem Ziel, welches Sie vor Augen haben eine geeignete Befragung zu entwickeln. Eine gute Befragung allein reicht dafür nicht aus, es muss auch eine sorgfältige Auswertung erfolgen. Der Erfolg der Befragung zeigt sich in Ihrer Umsetzung. Je besser Sie die ausgewerteten Ergebnisse umsetzen, desto mehr Erfolg werden Sie mit der Befragung haben.

## 6) Wie profitiert Ihr Marketing?

Ihre Produkte können besser auf Kundenbedürfnisse abgestimmt werden – eine wesentliche Voraussetzung, um Kunden langfristig zu binden.

## 7) Voraussetzungen für Kundenbefragungen

- Sie müssen wissen zu welchem Thema / zu welchen Themen Sie Ihre Kunden befragen wollen.
- Sammeln Sie schon im Vorfeld Informationen.
- Die Fragen müssen mit Sorgfalt, Kompetenz und Einfühlungsvermögen gestellt werden.
- Die Befragung muss gewissenhaft ablaufen.
- Ihre Kunden müssen offen für die Befragung sein.

## 10) Vorteile

Unternehmensziele müssen auf Kundenbedürfnisse abgestimmt werden. Das gelingt nur mit systematischen Meinungserhebungen. Langfristig sichert das Kundenbindung, Ihre Attraktivität auf dem Markt und die Gewinnung neuer Kunden.