



Kundenmonitor

Eine Investition in Ihre Kundenbindung

Nur ein zufriedener Kunde bleibt dem Unternehmen treu, empfiehlt es weiter und nimmt auch in Zukunft dessen Produkte & Leistungen in Anspruch.

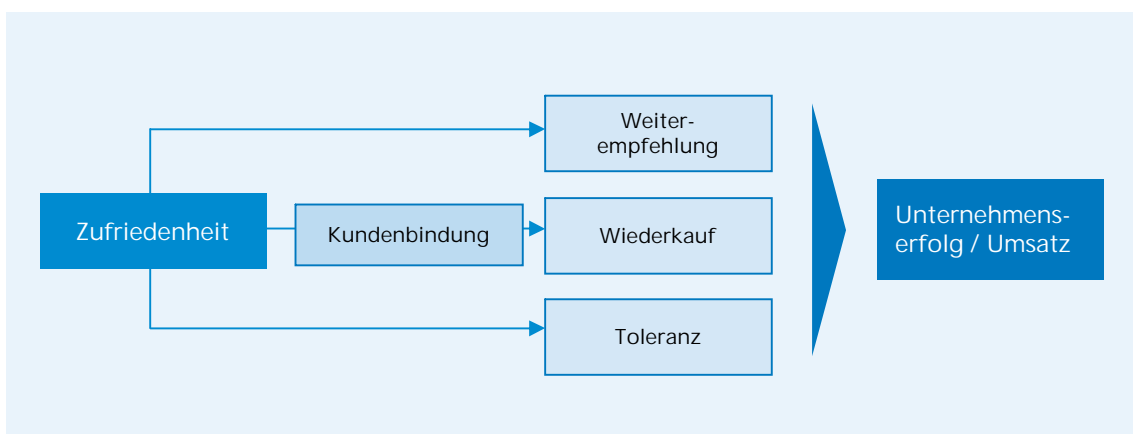
Sprechen Sie mit uns, wir haben die richtigen Lösungen für Sie.

Sie wollen:

- Die Zufriedenheit verschiedener Kundentypen mit Ihrem Unternehmen messen.
- Die Relevanz einzelner Teilaspekte auf die Gesamtzufriedenheit erkennen.
- Kundenbindung und –loyalität langfristig erhöhen bzw. beeinflussen.
- Die Weiterempfehlungsbereitschaft Ihrer Kunden erhöhen.
- Ihre Kunden typologisieren.
- Eine zielgruppengerechte Kundenansprache gewährleisten.
- Ein Controlling-Instrument zur kontinuierlichen Messung der Kundenzufriedenheitsentwicklung.

Unser Kundenmonitor-System bietet Ihnen eine Vielzahl relevanter Erkenntnismöglichkeiten:

- Aktuelle und langfristige Messung der Gesamtzufriedenheit sowie der Zufriedenheit in Teilaspekten und deren Zusammenhänge.
- Konkrete Handlungsvorschläge zur Verbesserung Ihrer Kundenbindung.
- Profil der Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens aus Sicht der Kunden.
- Optimierungspotentiale im Rahmen der strategischen Unternehmensführung.



Zufriedene Kunden verfügen über die höchste Bindung an Ihr Unternehmen, empfehlen Ihr Unternehmen weiter und sind toleranter gegenüber Fehlern.

Zufriedene Kunden bedeuten nichts anderes als ein höheres Umsatzpotential.

Ein kontinuierliches Kundenmonitoring erlaubt es Ihrem Unternehmen, Entwicklungstendenzen Ihrer Kundenstruktur aufzuzeigen, Stärken und Schwachstellen zu analysieren und entsprechende Handlungsmaßnahmen einzuleiten.

Grundsätzliche Überlegungen für einen Kundenmonitor

Was soll untersucht werden?	Wer soll befragt werden?	Wie soll die Befragung durchgeführt werden?
Festlegung des relevanten Untersuchungsgebiets	Festlegung der relevanten Zielgruppe	Festlegung der optimalen Untersuchungsmethode
<ul style="list-style-type: none"> • Hintergrund bzw. Anlass der Befragung, Problemstellung • Klar definiertes Untersuchungsziel mit Hauptinteressen und Unterthemen • Unternehmensinterne Rahmenbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Befragung aktueller, potenzieller, ehemaliger Kunden • Voll- oder Teilerhebung • Festlegung der Stichprobe • Spezifische Quotierung der Befragungsteilnehmer nach bestimmten Merkmalen 	<ul style="list-style-type: none"> • Klärung bereits vorliegender Erkenntnisse aus Marktforschungsstudien • Quantitative oder qualitative Befragung • Schriftliche, telefonische, persönliche oder Online-Befragung • Einzelgespräche oder Gruppendiskussionen

Befragungsthemen

Die Befragungsthemen richten sich nach dem individuellen Erkenntnisinteresse des Auftraggebers. Von Bedeutung kann beispielsweise sein:

- Entwicklung der Kundenzufriedenheit
- Beitrag einzelner Leistungsmerkmale auf die Gesamtzufriedenheit (Treiber der Gesamtzufriedenheit)
- Kundentypologisierung bzw. -segmentierung, Kundenstatus, Kundenbindung, z.B. treue Kunden, Stammkunden, Seltenkunden, gefährdete Kunden
- Entwicklung von Image- und Markenwahrnehmung
- Weiterempfehlungsbereitschaft und Wiederkauf
- Informations- und Kaufverhalten
- Sortimentskompetenz
- Motive und Einstellungen
- Soziodemographie der Kunden
- U.v.m.

Zielsetzung und Ergebnisse.

Je nach unternehmensindividueller Zielsetzung können unterschiedliche Zielgruppen befragt werden. Zielsetzungen können sein:

- Stärken- und Schwächen-Analyse aus Sicht Ihrer Kunden (Befragung Ihrer aktuellen Kunden)
- Vermeidung der Abwanderung Ihrer Kunden zu Wettbewerbern (Befragung ehemaliger Kunden)
- Möglichkeiten der Neukundenakquise für Sie entdecken (Befragung potentieller bzw. Nicht-Kunden)
- Kundentypologisierung bzw. -segmentierung
- Wettbewerbsvergleiche
- Entwicklung eines Maßnahmenkataloges für Sie zur Steigerung von Kundenbindung und -loyalität

Haben Sie Interesse?

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Wir beraten Sie gerne, welche Möglichkeiten für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation bestehen. Wir garantieren Ihnen eine zuverlässige und zeitnahe Umsetzung.

Ihre Ansprechpartnerin: Katharina Kovac
Senior-Projektleitung

Telefon: +49 89 46 13 90-18

E-Mail: kk@mifm.de



München -
Institut für Marktforschung GmbH

Herzog-Heinrich-Str. 25
80336 München
Tel.: +49 89 46 13 90-0
Fax: +49 89 46 13 90-29
info@mifm.de
www.mifm.de

Geschäftsführer: Helmut Aumüller