

Kundenzufriedenheit online messen – die praktische Umsetzung

Das Unternehmen Datagain:

Bereits im Jahre 1998 wurde mit Onlinemarktforschung begonnen. Sitz des Unternehmens ist Linz. Man hat sich spezialisiert auf die Datenerhebung. Es werden fertige Erhebungsdesigns übernommen, die Datensammlung wird durchgeführt und am Projektende wird der Rohdatensatz zur Verfügung gestellt. Methodische Dienstleistung wie Fragebogenarbeit oder Berichtsbände werden nicht durchgeführt. Kunden sind hauptsächlich Marktforschungsinstitute und Betriebsmarktforscher größerer Betriebe.

Allgemeine Feststellungen in der Entwicklung (aus Sicht von Datagain):

1. Kundenzufriedenheitsmessungen über Internet werden immer mehr. Über 3 Jahre gerechnet ein durchschnittlicher Zuwachs von rund 20 %.
2. Der Anteil von Kundenbefragungen an allen Projekten beträgt ca. 40 %.
3. Kundenzufriedenheitsmessung lässt sich nicht immer klar abgrenzen. Häufig findet eine Verschmelzung mit Fragen an Kunden statt, die nicht mehr die Zufriedenheit betreffen.
4. Ganz klarer Trend in Richtung internationale/mehrsprachige Kundenbefragungen.
5. Kundenmessungen werden immer öfter zyklisch wiederholt.

Begünstigungen bei der Durchführung:

1. Immer mehr Kunden werden über eMail-Zugriff (direkt) abgedeckt – persönliche Adressen.
2. Mehrsprachigkeit ist online sehr komfortabel umsetzbar und immer gefragter
3. Komplexe Fragebögen können einfacher ausgefüllt werden.
4. Kunden stellen fest, dass mit Ergebnissen gearbeitet wird und machen wieder mit.
5. Die Rücklaufquoten gehen nicht zurück sondern stagnieren oder steigen sogar

Hindernisse bei der Durchführung :

1. Die meisten Kunden glauben ihr Datenmaterial ist besser als es tatsächlich ist
2. Das Telekommunikationsgesetz
3. Multiplikatoren wie zB. Außendienst spielen oft nicht mit wenn es um die Bewerbung geht
4. Viele glauben bei sensiblen Fragen kann elektronisch alles rückverfolgt werden.
5. Verdeutlichung der Wichtigkeit der Befragung und Aufforderung durch einen eMail-Text ist schwierig.

Typischer Ablauf einer Online-Kundenbefragung:

1. Der Auftraggeber schickt ein Ankündigung an die Kunden und bittet um Teilnahme (zB. Geschäftsführer, Vorstand, ...)
2. Adressmaterial wird danach überarbeitet (kaputte eMail-Adressen, neue Ansprechpartner usw.)
3. Fragebogen wird verschickt.
4. Negative Aussagen/Bewertung werden rausgefiltert und es wird laufend und sofort reagiert (per Telefon)
5. Reminder an noch nicht gestartete oder abgeschlossene Interviews wird verschickt.
6. Bei zu geringem Rücklauf „Notoperation“ zB. per Telefon.
7. Abschluß des Fragebogens und Datenübergabe zur Auswertung