

## Informationsblatt Kunden-Kompass

Vielen Dank, dass Sie sich für die Nutzung des Kunden-Kompass entschieden haben. Sie können damit Ihr Unternehmen einfach und kostengünstig auf Erfolgskurs halten.

Sie erhalten von uns Ihren individuellen Link, den Sie per E-Mail versenden oder in eine beliebige Internetseite einbauen können. Mit Klick auf diesen Link kommt Ihr Kunde zu der Kundenbefragung mit den 5 Fragen des Kunden-Kompass.

Die Ergebnisse werden in einer Datenbank für Sie gesammelt und gehen Ihnen nach Ablauf der Kundenbefragung als Ausdruck zu.

Sie können den Kunden-Kompass nutzen, um eine zeitlich begrenzte Kundenbefragung durchzuführen. Dann aktivieren Sie in diesem Zeitraum die Kunden. Wenn Sie diese Befragung z.B. jährlich wiederholen, dann sehen Sie, wie sich Ihr Kunden-Beziehungs-Index entwickelt.

Zusätzlich können Sie den Kunden-Kompass in Ihre Homepage einpflegen und haben so immer einen „Kummerkasten“, den Ihre Kunden jederzeit nutzen können.

Sind sie eher im Projektgeschäft tätig, dann bietet sich ebenso eine ganzjährige Nutzung an. Bitten Sie Ihren Kunden nach jedem Projektabschluss, eine Bewertung abzugeben. Sagen Sie immer dazu, dass die Bewertung anonym ist, weil sie in eine Datenbank einfließt, in der sie nicht mehr namentlich identifiziert werden kann. Diese Vorgehensweise ist auch für Hotels, Restaurants oder ähnliche Dienstleistungsunternehmen geeignet.

Natürlich ist es heutzutage nicht mehr ganz so leicht, Kunden zu animieren, eine Bewertung abzugeben. Die erste Hürde haben Sie mit dem Kunden-Kompass aber schon abgebaut. Die Befragung mit dem Kunden-Kompass ist kurz und einfach gehalten.

Sie können, wie oben beschrieben, mehrere Wege beschreiten, um Ihre Kunden für eine Bewertung zu gewinnen. Wichtig ist dabei immer der Hinweis, dass Sie sich verbessern möchten, um Ihren Kunden eine optimale Leistung zu bieten. Zudem sollten Sie erwähnen, dass es sich nur um 5 Fragen handelt, die in zwei bis drei Minuten zu beantworten sind und dass die Befragung anonym ist.

Um den Anreiz zum Mitmachen weiter zu erhöhen, bietet es sich an, die Befragung mit einem Gewinnspiel zu verknüpfen. So können Sie unter den Bewertern z.B. Warengutscheine oder Sachpreise verlosen. Für das Gewinnspiel schalten wir im Kunden-Kompass nach der Befragung eine zusätzliche Seite für Sie frei, bei der der Bewerber seine Internetadresse eintragen kann. Wichtig ist auch hier zu kommunizieren, dass die Anonymität gewahrt bleibt, weil die E-Mail Adressen nicht den Bewertungen zugeordnet werden können.

## So können Sie den Kunden die Befragung kommunizieren:

### E-Mail

Am einfachsten ist es, wenn Sie E-Mails versenden. Im E-Mail kann der Link eingebaut werden. Der Kunde wird direkt zur Bewertung geführt.

Beispieltexte für E-Mails finden Sie im Anhang 1

### Brief

Statt eines E-Mails können Sie natürlich auch einen Brief verschicken.

Einen Beispieltext für einen Brief finden Sie im Anhang 2

### Flyer

Es bietet sich an, einen Flyer drucken zu lassen. Wir empfehlen das Format DIN-lang. Dieses Format können Sie Anschreiben, Rechnungen oder sonstiger Geschäftspost beilegen aber auch an Kunden austeilen.

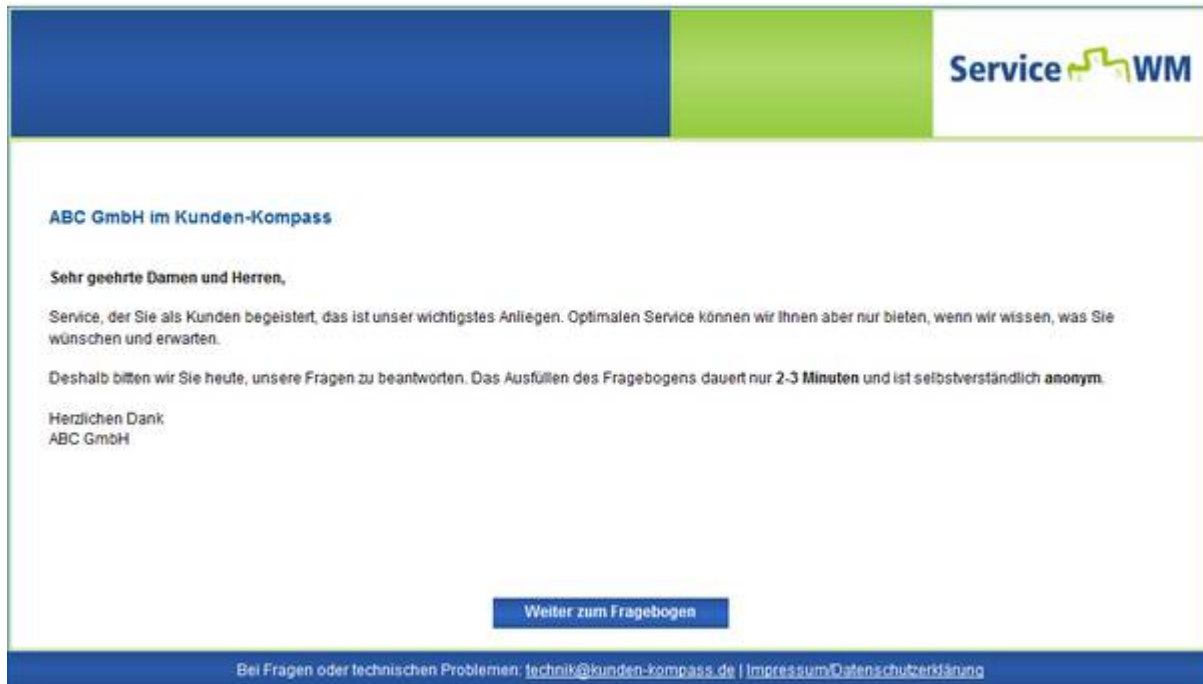
Einen Beispieltext für einen Flyer finden Sie im Anhang 3

Bei ausgewählten Kunden bietet sich die persönliche Ansprache an. Sie können nach Beendigung des Verkaufsgesprächs dem Kunden den Flyer in die Hand geben und ihn um eine anonyme Bewertung bitten. Holen Sie auch Ihre Mitarbeiter ins Boot. Informieren Sie sie, wie wichtig es ist, Feedback von den Kunden einzuholen. Wenn die Flyer etwas versteckt ein stiefmütterliches Dasein fristen, dann kann auch kein Rücklauf an Bewertungen erwartet werden.

Wenn Sie hochwertigere Produkte oder Dienstleistungen vertreiben, dann bietet es sich an, die Kunden nach dem Kauf oder der Erbringung der Dienstleistung noch einmal kurz anzurufen. Sie können nachfragen, ob alles so in Ordnung war und um die anonyme Bewertung bitten. Auch wenn Sie eher ein Geschäft mit günstigeren Artikeln und hoher Frequenz betreiben, können Sie Stammkunden zumindest einmal im Jahr anrufen, ob sie noch zufrieden mit Ihrer Leistung sind und dabei um eine anonyme Bewertung bitten. In Seminaren sagen uns Unternehmer manchmal, dass das Nachtelefonieren sehr aufwändig sei. Das mag sein. Natürlich sollten Sie überlegen, wen Sie anrufen. Andererseits ist gerade das Anrufen eine der wichtigsten Marketingmaßnahmen, die Sie durchführen können. Es dient der Loyalisierung der Kunden und loyale Kunden sind unser wichtigstes Gut als Unternehmer.

## Beschreibung Kunden-Kompass

Welchen Weg Sie auch wählen, der Kunde kommt immer zunächst auf die Startseite des Kunden-Kompass.



## Kunden-Beziehungs-Index

Die erste Frage im Kunden-Kompass bezieht sich auf den Kunden-Beziehungs-Index. Er zeigt Ihnen an, wie viel Prozent von den befragten Kunden kritische Kunden, neutrale und begeisterte Kunden sind. Daraus wird dann Ihr Kunden-Beziehungs-Index errechnet, indem von dem Prozentanteil der begeisterten Kunden der Prozentanteil der kritischen Kunden abgezogen wird. Dieser Wert kann von - 100% bis + 100% reichen. Je mehr im Plus, desto besser der Index.

Der Kunden-Beziehungs-Index misst, wie gut die Beziehung Ihrer Kunden zu Ihrem Unternehmen ist. Je höher der Index, desto loyaler sind die Kunden, desto besser ist die Beziehung und die Wiederkaufwahrscheinlichkeit.

Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass Unternehmen mit einem hohen Kunden-Beziehungs-Index überdurchschnittlich erfolgreich sind. Daher ist es für Sie wichtig zu erfahren, wie es um die Beziehung zu Ihren Kunden bestellt ist.

Der Kunden-Beziehungs-Index wird aus Frage 1 errechnet.

## Frage 1:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund/einer Freundin oder einem Kollegen/einer Kollegin weiterempfehlen?

Frage 1:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund/einer Freundin oder einem Kollegen/einer Kollegin weiterempfehlen?

Bitte klicken Sie eine Zahl von 10 bis 0 an.  
Je höher die Zahl, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass Sie weiterempfehlen.

äußerst wahrscheinlich 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 überhaupt nicht wahrscheinlich

Weiter


Die weiteren Fragen sind fokussierende Fragen. Aus den fokussierenden Fragen erhalten Sie Kenntnis darüber, warum Ihr Kunde Sie so bewertet.

Die Antworten auf diese fokussierenden Fragen werden in einer Datenbank für Sie zum Nachlesen gesammelt und gespeichert. Sie erhalten so individuelles Feedback vom Kunden. Die Anonymisierung der Daten trägt dazu bei, dass Sie wertvolle, ehrliche Antworten erhalten. Sie können nun entscheiden, wie Sie auf die wichtigsten Anliegen Ihrer Kunden reagieren.

So können Sie Ihr Unternehmen immer wieder hin zum Kunden ausrichten. Sie wissen ja, es gibt nur eine Richtung zum Erfolg, der Kurs in Richtung Kunde.

## Frage 2

Was waren die wichtigsten Gründe für Ihre Bewertung, die Sie in Frage 1 abgegeben haben?



The screenshot shows a survey interface for 'Service WM'. At the top, there is a blue header bar on the left and a green header bar on the right containing the 'Service WM' logo. Below the header, the question 'Frage 2: Was waren die wichtigsten Gründe für Ihre Bewertung, die Sie in Frage 1 abgegeben haben?' is displayed. To the right of the question is a progress indicator showing a small green segment. Below the question is a large, empty text input field with a vertical scrollbar on the right side. At the bottom center of the input area is a blue button labeled 'Weiter'. At the very bottom of the page, there is a blue footer bar with the text 'Bei Fragen oder technischen Problemen: [technik@kunden-kompass.de](mailto:technik@kunden-kompass.de)'.

## Frage 3

Welche Verbesserungen wünschen Sie sich von uns?



The screenshot shows a survey interface for 'Service WM'. At the top, there is a blue header bar on the left and a green header bar on the right containing the 'Service WM' logo. Below the header, the question 'Frage 3: Welche Verbesserungen wünschen Sie sich von uns?' is displayed. To the right of the question is a progress indicator showing a small green segment. Below the question is a large, empty text input field with a vertical scrollbar on the right side. At the bottom center of the input area is a blue button labeled 'Weiter'. At the very bottom of the page, there is a blue footer bar with the text 'Bei Fragen oder technischen Problemen: [technik@kunden-kompass.de](mailto:technik@kunden-kompass.de)'.

## Frage 4

Wie schätzen Sie unser Unternehmen gegenüber unseren Mitbewerbern ein?  
(Skala von 10 bis 0)

The screenshot shows a survey question interface. At the top right is the 'Service WM' logo. Below it is a progress bar. The question text is: 'Frage 4: Wie schätzen Sie unser Unternehmen gegenüber unseren Mitbewerbern ein? Bitte klicken Sie eine Zahl von 10 bis 0. Je höher die Zahl, desto besser schätzen Sie uns gegenüber dem Mitbewerb ein.' Below the text is a horizontal scale with radio buttons and numbers from 10 to 0. The scale is labeled 'viel besser' on the left and 'viel schlechter' on the right. A blue 'Weiter' button is centered below the scale. At the bottom, there is a footer: 'Bei Fragen oder technischen Problemen: [technik@kunden-kompass.de](mailto:technik@kunden-kompass.de)'.

## Frage 5

Sie haben uns gegenüber dem Mitbewerb eingeschätzt. Was ist der Hauptgrund für Ihre Einschätzung?

The screenshot shows a survey question interface. At the top right is the 'Service WM' logo. Below it is a progress bar. The question text is: 'Frage 5: Sie haben uns gegenüber dem Mitbewerb eingeschätzt. Was ist der Hauptgrund für Ihre Einschätzung?' Below the text is a large empty text input field. A blue 'Weiter' button is centered below the field. At the bottom, there is a footer: 'Bei Fragen oder technischen Problemen: [technik@kunden-kompass.de](mailto:technik@kunden-kompass.de)'.

Auf Wunsch wird die Seite für das Gewinnspiel zugeschaltet.

Service WM

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Ihre Daten wurden erfolgreich übertragen.

Wenn Sie möchten, können Sie nun Ihren Namen und Ihre E-Mail-Adresse hinterlassen und Sie nehmen an unserem Gewinnspiel teil. Die Daten werden unabhängig von Ihrer Bewertung gespeichert, so dass kein Rückschluss auf Ihre Personendaten gezogen werden kann.

Ihr Name

Ihre E-Mail-Adresse

**Absenden**

Bei Fragen oder technischen Problemen: [technik@kunden-kompass.de](mailto:technik@kunden-kompass.de)

## Auswertung

Die Ergebnisse sind anonymisiert und können den einzelnen Kunden nicht zugeordnet werden. Nur so erhalten Sie ehrliches Feedback vom Kunden und damit qualitativ hochwertige Informationen.

## Beispiel Auswertung:

Ergebnisbericht [www.kunden-kompass.de](http://www.kunden-kompass.de)

### Kunden-Beziehungs-Index Auswertung der Onlinebefragung für ABC AG

#### Studiensteckbrief / Ergebnisübersicht

Ziele der Befragung waren die Ermittlung

- des Kunden-Beziehungs-Index,
- der Anteile kritischer und begeisterter Kunden,
- der Gründe für bestehende Zufriedenheit oder Unzufriedenheit sowie
- der Einschätzung gegenüber den Mitbewerbern.

Die Datenerhebung erfolgte über das internetbasierte Befragungssystem von [www.kunden-kompass.de](http://www.kunden-kompass.de).

#### Details zum Befragungsprojekt:

Befragung durchgeführt für:	ABC AG
Auswertung erstellt am:	30.06.2011
Ziel des Befragungsprojektes:	Ermittlung des Kunden-Beziehungs-Index
Art der Datenerhebung:	onlinebasierte Befragung
Auswertungszeitraum von:	19.02.2009
Auswertungszeitraum bis:	25.05.2011
Anzahl ausgewerteter Fragebögen:	119

**Ihr Kunden-Beziehungs-Index: 10.08%**

Auf der folgenden Seite finden Sie eine grafische Aufbereitung der Antworten zu den geschlossenen Fragen.



**Frage zur Weiterempfehlungsabsicht**

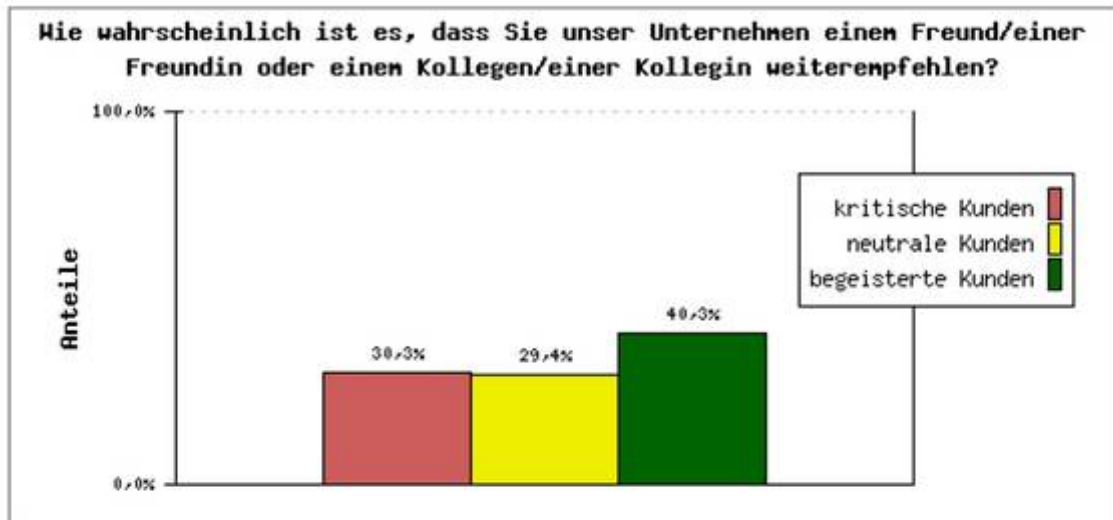


Abbildung1: Frage zur Weiterempfehlungsabsicht

**Frage zur Bewertung**

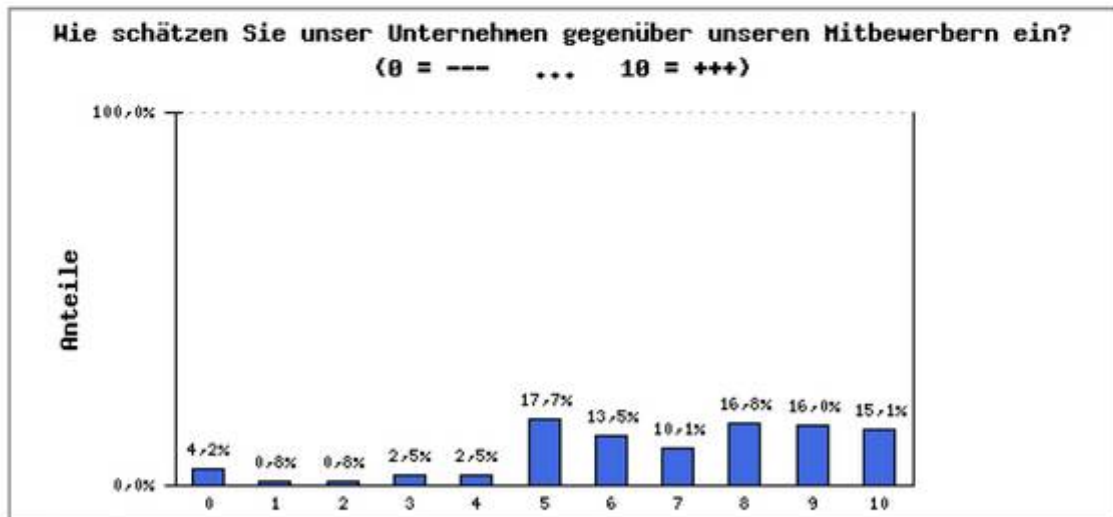


Abbildung2: Frage zur Bewertung

## Offene Fragen:

Befragungsprojekt: ABC AG (Auswertungszeitraum 19.02.2009 bis 25.05.2011)

	kritische								neutrale		begeisterte		Gesamtstimmten	Kunden-Beziehungs-Index
	0	1	2	3	4	5	6	8	7	8	9	10		
Gesamtstimmten	4	2	2	3	5	13	7	13	22	23	25	119	10,08%	

Was waren die wichtigsten Gründe für Ihre Bewertung die Sie in Frage 1														
Personal manchmal zu unfreundlich														
Bekomme fast nie ein Parkplatz														
Ich empfehle weiter, weil Sie ein super Qualität anbieten														
Ihre Auswahl ist sehr gut														
Manchmal muss man zu lange warten														
...														

Welche Verbesserung wünschen Sie sich von uns?														
Mehr Parkplätze														
Die Dame mit den dunklen kurzen Haaren sollte freundlicher sein														
Mehr Klarnz beim Umtausch														
keine														
Ihr Geschäft ist nicht mehr modern														
...														

Wie schätzen Sie unser Unternehmen gegenüber unseren Mitbewerbern ein?														
Skala	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Summen	5	1	1	3	3	21	16	12	20	19	18			

Sie haben uns gegenüber dem Mitbewerber eingeschätzt. Was ist der Hauptgrund für Ihre Einschätzung?														
Schnelligkeit und Zuverlässigkeit														
Ander e sind leider auch nicht viel besser														
Die fehlende Kenntnis über Ihr Angebot														
Besserer Service														
Klare Vertragsgestaltung, gute Informationen														
...														

## Anhang 1

### Beispieltexte für E-Mail:

#### Beispieltext 1

*Guten Morgen Herr Beispiel,*

*Service, der Sie als Kunden begeistert, das ist unser wichtigstes Anliegen. Optimalen Service können wir Ihnen aber nur bieten, wenn wir wissen, was Sie wünschen und erwarten.*

*Deshalb bitten wir Sie heute, unsere Fragen zu beantworten.*

*Das Ausfüllen des Fragebogens dauert nur **2-3 Minuten** und ist selbstverständlich **anonym**. Die Auswertung übernimmt ein externes Institut.*

*Zur Befragung einfach den Link anklicken:*

*[http://Link zur Kundenbefragung](#)*

*Für weitere Rückfragen stehe ich Ihnen gerne persönlich zur Verfügung.*

*Mit freundlichen Grüßen*

#### Beispieltext 2

*Guten Morgen Herr Beispiel,*

*unser wichtigstes Anliegen ist es, Ihnen als unseren Kunden immer optimalen Service zu bieten. Daran arbeiten wir täglich.*

*Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie unser Unternehmen bewerten. Ihre Einschätzung ist uns wichtig, damit wir Ihnen auch wirklich das bieten können, was in Ihren Augen das Beste ist.*

*Zur Befragung einfach den Link anklicken:*

*[http://Link zur Kundenbefragung](#)*

*Für weitere Rückfragen stehe ich Ihnen gerne persönlich zur Verfügung.*

*Mit freundlichen Grüßen*

### **Beispieltext 3**

*Guten Morgen Herr Beispiel,*

*wir trainieren täglich, um Ihnen begeisternden Service zu bieten. Wir fragen uns immer wieder: Sind wir in den Augen unserer Kunden schon servicefit genug? Deshalb führen wir diese Kundenbefragung durch. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie unsere Service-Fitness dort bewerten.*

*Darüber hinaus können Sie uns jederzeit persönlich sagen, wo wir unseren Service für Sie verbessern können. Für Sie laufen wir gerne die extra Servicemeile.*

*Zur Befragung einfach den Link anklicken:*

*[http//Link zur Kundenbefragung](#)*

*Für weitere Rückfragen stehe ich Ihnen gerne persönlich zur Verfügung.*

*Mit freundlichen Grüßen*

### **Ergänzung bei Gewinnspiel:**

*Als kleines Dankeschön verlosen wir unter allen Kunden, die uns bewerten, ein ... Ihre Bewertung bleibt anonym, da die Verlosungsliste von den Bewertungen getrennt verwaltet wird.*

## Anhang 2

### Beispieltext für Print

Bei Printversionen wie Brief oder die Verteilung eines Flyers im Ladengeschäft achten Sie vor allem darauf, dass Sie den Link zur Kundenbefragung auf Ihre Website sofort ersichtlich einbauen. Passen Sie dann die Texte einfach an, etwa wie folgt:

#### Anpassung Beispieltext 1

*Guten Morgen Herr Beispiel,*

*Service, der Sie als Kunden begeistert, das ist unser wichtigstes Anliegen. Optimalen Service können wir Ihnen aber nur bieten, wenn wir wissen, was Sie wünschen und erwarten.*

*Deshalb bitten wir Sie heute, unsere Fragen zu beantworten.*

*Das Ausfüllen des Fragebogens dauert nur **2-3 Minuten** und ist selbstverständlich **anonym**. Die Auswertung übernimmt ein externes Institut.*

*Geben Sie dazu einfach folgende Adresse im Internet ein:  
http//Link zur Kundenbefragung und schon sind Sie bei der Bewertung.*

*Gerne können Sie auch auf unsere Website ([www.beispielfirma.de](http://www.beispielfirma.de)) gehen. Klicken Sie dort auf <http//Link zur Kundenbefragung>.  
Schon geht es los.*

*Für weitere Rückfragen stehe ich Ihnen gerne persönlich zur Verfügung.*

*Mit freundlichen Grüßen*

#### Ergänzung bei Gewinnspiel:

*Als kleines Dankeschön verlosen wir unter allen Kunden, die uns bewerten, ein ...  
Ihre Bewertung bleibt anonym, da die Verlosungsliste von den Bewertungen getrennt verwaltet wird.*

## Anhang 3

### Beispiel Flyer

Wie bereits erwähnt bietet sich beim Flyer das Format DIN lang an. Sicher kennen Sie eine kleine Werbeagentur, die Ihnen diesen Flyer gestaltet, der natürlich Ihre Adresse und Ihr Logo beinhalten sollte.

Beispieltex te:

## 1. Meinung sagen!

Sie als Kunden zu begeistern, das ist unser wichtigstes Anliegen. Sagen Sie uns deshalb, was wir Ihrer Meinung nach besser machen können.

Geben Sie dazu einfach folgende Adresse im Internet ein:

*[http//Link zur Kundenbefragung](#)* und schon sind Sie bei der Bewertung.

Gerne können Sie auch auf unsere Website [www.beispielfirma.de](http://www.beispielfirma.de) gehen. Klicken Sie dort auf [http//Link zur Kundenbefragung](#). Schon geht es los.

Sie finden fünf Fragen, die Sie in **2-3 Minuten** beantwortet haben. Ihre Meinung bleibt anonym! Ein Marktforschungsinstitut stellt uns die gesammelten Kundenmeinungen zur Verfügung. Als kleines Dankeschön können Sie an einer Verlosung teilnehmen.

## 2. Gewinnen

Unter allen Kunden, die uns die Meinung sagen, verlosen wir als kleines Dankeschön: Ihre Bewertung bleibt weiter anonym, da die Verlosungsliste mit den E-Mail-Adressen von den Bewertungen getrennt verwaltet wird.

## Kunden-Kompass - Bestellung

### Sie erhalten mit der Bestellung:

Ihren individuellen Link, den Sie per E-Mail versenden oder in eine beliebige Internetseite einbauen können. Mit Klick auf diesen Link kommt Ihr Kunde zu der Kundenbefragung mit den 5 Fragen des Kunden-Kompass.

Die Ergebnisse werden in einer Datenbank für Sie gesammelt und gehen Ihnen nach Ablauf der Kundenbefragung als Ausdruck zu.

Bei Bedarf wird eine zusätzliche Seite freigeschaltet, die Namen und E-Mail Adresse des Kunden für die Verlosung im Rahmen eines Gewinnspiels abfragt. Diese Daten werden separat gespeichert. Eine Zuordnung zur entsprechenden Bewertung ist nicht möglich. Die Anonymisierung gewährleistet ehrlichere Bewertungen und damit aussagekräftigere Informationen für Ihr Unternehmen. Wir weisen grundsätzlich darauf hin, dass die erhobenen Daten nur im gesetzlichen Rahmen der Datenschutzgesetzgebung verwendet werden dürfen.

### Herzlichen Dank für Ihre Bestellung

#### Ja, ich möchte Informationen direkt vom Kunden für meine unternehmerischen Entscheidungen und bestelle den

- Kunden-Kompass für 3 Monate für 499,- €
- Kunden-Kompass für 12 Monate für 998,- €

Firma

Vorname /  
Nachname

Straße /  
Haus Nr.

PLZ / Ort

Telefon /  
FAX

Datum /  
Unterschrift

**METATRAIN GmbH Dr.-Kurz-Str. 44 92318 Neumarkt**  
**Tel.: 09181 / 320 740 – Fax.: 09181 / 320 74 74**  
**E-Mail: info@metatrain.de - www.metatrain.de**

Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. Mit der Bestellung akzeptiere ich die allgemeinen Geschäftsbedingungen der METATRAIN GmbH, die auf der Website [www.metatrain.de](http://www.metatrain.de) einsehbar sind.  
Der Betrag wird bei Bestellung fällig. Die Laufzeit richtet sich nach dem Zeitpunkt der Freischaltung.