

Ist der Kunde zufrieden?

Kundenloyalität bzw. -zufriedenheit ist kein Garant, aber eine wesentliche Voraussetzung, erfolgreich am Markt agieren zu können. Es ist bekannt, dass nur zufriedene Kunden gerne wieder kommen und einem Unternehmen treu bzw. loyal bleiben.

Neue Kunden zu gewinnen ist in der Regel weitaus aufwändiger, als bereits gewonnene Kunden zu halten. Nur etwa 8–10 Prozent der unzufriedenen Kunden bleiben langfristig bei ihrem bisherigen Lieferanten. Die übrigen wechseln bei nächster Gelegenheit. Ein weiteres Problem: Nur etwa 5 Prozent der unzufriedenen Kunden richten sich mit ihrer Beschwerde aktiv an ihren Anbieter. Dagegen berichtet ein unzufriedener Kunde im Durchschnitt ca. 10–12 anderen (potenziellen) Kunden von seinen Erfahrungen (Word-of-Mouth). Dies stellt eine Gefahr für ein Unternehmen dar, denn erfolgreiches Marketing besteht darin, auf Basis von Kundenzufriedenheit langfristige Kundenbeziehungen mit aktiven Befürwortern des Unternehmens aufzubauen (Empfehlungsmarketing).

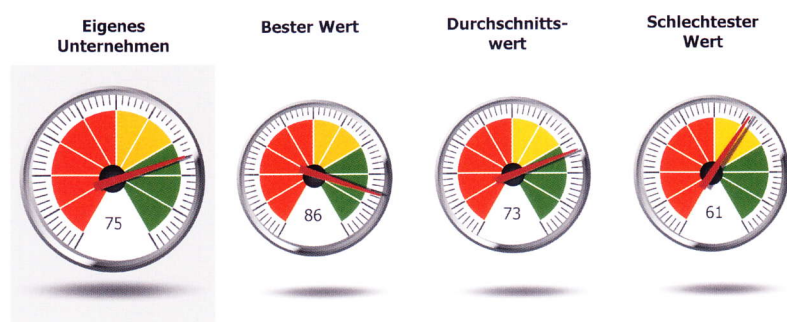
Herauszufinden, wo ein Druckunternehmen aus Kundensicht im Vergleich zu anderen Unternehmen der Branche steht, wie stark die Kundenbindung ist, wie zufrieden seine Kunden sind, wie hoch die Weiterempfehlungsabsicht und die Absicht der Kunden ist, wieder zu beauftragen: Alle diese Fragen können mit der Kundenzufriedenheitsstudie der GfK SE, Deutschlands größtem Marktforschungsinstitut und der Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools für Verbands-

mitglieder des VDM NW zu Sonderkonditionen beantwortet werden. Loyalität ist als Stärke oder Ausmaß der Bindung eines Kunden an ein Unternehmen zu verstehen und umfasst alle relevanten Dimensionen des Verhaltens (bisheriges und zukünftiges Verhalten sowie rationale und emotionale Einstellungen). Mit der Kundenzufriedenheitsanalyse für die Druckbranche 2015 wird die Stärke der Bindung in einem Index (dem GfK-Loyalitätsindex) für jede teilnehmende Druckerei ermittelt und ermöglicht einen anonymisierten Vergleich mit den weiteren Studienteilnehmern (siehe Abbildung).

Ein Kunde ist umso loyaler gegenüber einem Unternehmen, je höher seine Gesamtzufriedenheit im bzw. mit dem gesamten Kundenbeziehungsprozess ist. In diesem Prozess gibt es verschiedenste und vielfältigste Kontaktpunkte des Kunden mit der Druckerei und er ist durch eine dynamische Kundenbeziehung während der Jahre geprägt. Die Online-Erhebung von der GfK SE und research tools berücksichtigt insgesamt knapp 50 Leistungsaspekte, wie bspw. die Frage nach der Zufriedenheit mit dem Ansprechpartner, mit der Rechnungsstellung oder dem Beschwerdemanagement, wenn einmal etwas nicht so funktioniert. Die Kundenbefragung umfasst zudem zwei offene Fragen zur Identifizierung von Stärken und Schwächen des Unternehmens.

GfK LoyaltyPlus® Index

N. N.



Loyalty Index: 0 - 100 (Minimum - Maximum)

Fallzahl n= 1.723 / N. N.



Kundenzufriedenheitsanalyse 2014



INFORMATIONEN ZUR BETEILIGUNGSUNTERSUCHUNG KUNDENZUFRIEDENHEIT

Der VDM NW bietet Unternehmen der Druckbranche gemeinsam mit den durchführenden Instituten, der GfK SE und research tools einen neuen Mitglieder-Service an.

Durch das Angebot der Loyalitätsuntersuchung als Beteiligungsstudie kann sie wesentlich kostengünstiger als bei einer Individualstudie angeboten werden. Die interessierten Unternehmen teilen sich dabei die Kosten der Studie. Bei Beteiligungskosten in Höhe von 1.950 Euro (zzgl. MwSt.) je Unternehmen für Mitglieder im VDM NW und 3.900 Euro (zzgl. MwSt.) für Nicht-Mitglieder wird eine Ersparnis von ca. 80 Prozent gegenüber einer Individualstudie möglich. Dafür werden die jeweiligen Kunden dieser Unternehmen zu verschiedensten Aspekten der Kundenzufriedenheit und -bindung befragt. Zum Einsatz kommt ein einheitlicher Fragebogen, der speziell auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten ist. Das Angebot soll insbesondere auch KMU regelmäßig und professionell im Marketing unterstützen.

Weitere Vorteile: Die Vergleichbarkeit von Einzelergebnissen in der Branche (anonymisiertes Benchmarking), d.h. die Analyse von Stärken und Schwächen des Unternehmens im Vergleich zu den anderen Studienteilnehmern aus Kundensicht.

Jedes an der Studie beteiligte Unternehmen erhält eine professionelle, preislich attraktive, deskriptive Auswertung und Analyse der Kundenzufriedenheit mit einer individuellen Standortbestimmung. Darauf aufbauend können Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet und somit die Kundenzufriedenheit und -loyalität erhöht werden. Brancheninterne Benchmarks bieten Orientierung und Anreize (anonym). Durch die externe Orientierung wird die Mitarbeiterführung unterstützt.

INFORMATIONEN ZUM ABLAUF DER LOYALITÄTSANALYSE

Alle Unternehmen der Druckbranche sind eingeladen, sich an der Studie zu beteiligen. Für jedes teilnehmende Verbandsmitglied wird separat eine Online-Befragung eines repräsentativen Teils seiner Kunden zu Kundenzufriedenheit und -bindung durchgeführt. Ein leicht verständlicher Ergebnisbericht im PowerPoint-Format inklusive Management Summary ist für jedes teilnehmende Unternehmen am Schluss der Befragung im Leistungsumfang inbegriffen.

Die GfK SE verfügt über eine umfangreiche Expertise im Bereich Loyalitätsforschung. Dazu zählt die Durchführung von zahlreichen nationalen und internationalen Projekten zur Messung und Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.

research tools ist als Marktforschungsberatung mit einem Arbeitsschwerpunkt Verbandsmarktforschung tätig.

IHR GfK-ANSPRECHPARTNER:

RALPH KÖGLER, BRAND AND CUSTOMER EXPERIENCE

FON 09 11. 3 95. 35 40

MAIL RALPH.KOEGLER@GfK.COM

IHR RESEARCH TOOLS-ANSPRECHPARTNER:

DR. FABIAN WEYER, UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

FON 07 11. 4 14 74 28

MAIL FABIAN.WEYER@RESEARCH-TOOLS.NET

Interessierte Unternehmen melden sich unverbindlich **bis spätestens zum 31.01.2015** mit dem Betreff „Kundenzufriedenheitsanalyse für die Druckbranche 2015“ bei Stefan Höyneck vom VDM NW, Tel. 0 23 06. 2 02 62 33 (hoeyneck@vdmnw.de) oder bei Dr. Fabian Weyer, Tel. 0711. 4 14 74 28 (fabian.weyer@research-tools.net) und erhalten dann die Teilnahme- und Anmeldeunterlagen.

Kundenzufriedenheitsanalyse für die Druckbranche 2015

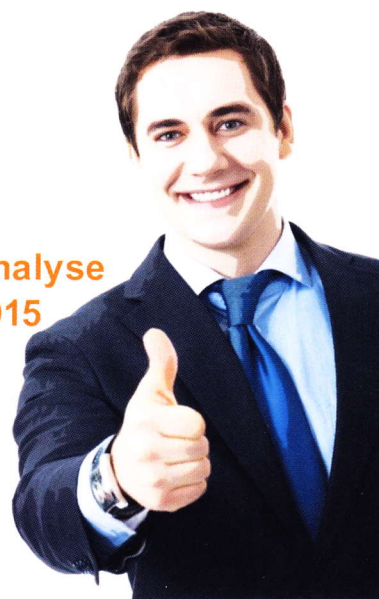
Ein Angebot von:
VDM NW, GfK SE und research tools



VERBAND DRUCK + MEDIEN NORD-WEST E.V.
DRUCK UND MEDIEN IN NORDWEST



research tools
Marktforschung
analysieren, verstehen, bewerten



Anzeige



procedo druck – Kooperationspartner des Verbandes Druck + Medien Nord-West

Stellen Sie sich vor, Ihre Auftragslage entwickelt sich unerwartet positiv, Sie haben viel zu tun und brauchen Unterstützung. procedo druck, die Branchenlösung, die Ende 2006 in Kooperation mit dem Verband Druck + Medien Nord-West ins Leben gerufen wurde, stellt Ihnen erfahrenes Personal mit Fachwissen bereit. Zur Vertretung, zur Erprobung, für kurze Zeit oder für immer? Jemanden, der ins Team passt und der sich schnell im neuen Aufgabenbereich zurechtfindet!?

Mitarbeiter (m/w): vielleicht Offsetdrucker, Kräfte für die Weiterverarbeitung, Rolleure oder engagierte Buchbinderhelfer, typosichere Mediengestalter, jemanden, der sich auskennt, wenn es um Aufgaben wie Schneiden, Falzen, Zusammentragen, Kleben, Heften, Nuten geht. Oder den Profi, dem Lithografie und Retusche noch im Blut stecken, InDesign, Freehand, und QuarkXpress aber neue Leidenschaften sind.

Sprechen Sie mit uns, möglichst, bevor ein Personalengpass auftritt. Wir können Ihnen zeitnah geeignete und qualifizierte Kräfte vorstellen, die den von Ihnen gestellten Anforderungen entsprechen und die Maschinen kennen, die bei Ihnen im Einsatz sind.

procedo druck - Ihr Personaldienstleister für die Druckindustrie. Sie finden uns in Siegen, Köln und Düsseldorf.

Erstinformationen:

Klosterstraße 45, 40211 Düsseldorf, 0211-1793592-14

keckert.karola@t.gps-mbh.de, www.procedo-personalservice.de