Kundenumfrage

Sind Sie zufrieden mit uns?

Glaubt man den Firmenleitbildern dieser Erde und den schönen Worten, die auf Homepages und in Hochglanzbroschüren veröffentlicht werden, dann ist der Kunde der wichtigste Mensch der Welt und steht «im Mittelpunkt unseres ganzen Handelns». Nur: Wissen Sie überhaupt, was dieser Kunde sich von Ihnen wünscht und ob er zufrieden ist mit Ihrer Arbeit? Fragen Sie ihn doch einfach!

Lob und Kritik: Beides gehört in den Fragebogen.

Text: **Stefan Jenny,** Marktwert® GmbH, Rapperswil*
Bilder: **Marktwert® GmbH**

«Ihre Meinung ist uns wichtig», wird der Kunde auf jedem zweiten Restaurant-WC und auf jeder dritten Rechnung umworben. Mit gutem Grund, denn die Kundentreue lässt nach. Der emanzipierte Kunde von heute kauft mal bei Firma X ein, mal bei Firma Y. Auch die Firma Gärtner AG kann nicht mehr darauf zählen, dass sie dem Kunden Max Muster ein Leben lang den Rasen schneiden darf. Schon die erste Verführung fand in einem Garten statt, und heute stehen immer mehr junge, erfinderische Unternehmen mit dem Rasenmäher und einem besonders tiefen Angebot bereit, um Max zu einem Seitensprung zu verleiten. Jahrzehntelange Kundentreue bekommt Seltenheitswert; ist der Kunde einmal nicht zufrieden, ist der Anbieter schnell gewechselt, egal, wie lange man ihn schon kennt. Umso selbstverständlicher sollte es da für Führungskräfte sein, die Zufriedenheit ihrer Kunden zu kennen und konsequent zu messen.

Solche Marktforschung braucht nicht teuer zu sein. Schon mit kleinem Budget lassen sich grosse Erkenntnisse gewinnen. Zum Beispiel mit einem einfachen Fragebogen, den man der Rechnung oder dem nächsten Flyer-Versand beilegt. Wer jetzt denkt, auf diesem Fragebogen dürfe alles stehen, weil es ja keine blöden Fragen gibt, der liegt nur teilweise richtig. Für echten Erkenntnisgewinn ist es a) entscheidend, die richtigen Fragen zu stellen, und b) einige Regeln zu beherzigen.

Nur wer richtig fragt, weiss mehr

So verständlich wie der Satz «Ihre Zufriedenheit ist uns wichtig» ist, so verständlich sollten auch die Fragen sein, um diese Zufriedenheit zu messen: kurz, knapp, ohne Nebensätze, eindeutig und mit nur einem Aspekt pro Frage. Also bitte nicht so: «Sind Sie zufrieden mit der Freundlichkeit unserer Kundengärtner und mit ihrer Arbeit?» Was soll Herr Muster bloss antworten, wenn er mit Erstem sehr, mit Zweitem dagegen gar nicht zufrieden war? Überhaupt muss man ihm die Chance geben, sich präzise auszudrücken – von «trifft genau zu» bis «trifft gar nicht zu» und von «vollkommen zufrieden» bis «vollkommen unzufrieden». Zu einer Notenskala, die etwa von 1 bis 6 reicht, gehört dabei zwingend die entsprechende Beurteilung in Worten. So hat der Befrager es schriftlich, welche Note welche Gefühlslage widerspiegelt.

Gesamtzufriedenheit geht vor

Den meisten Erhebungsbogen fehlt als Einstieg die Frage nach der Gesamtzufriedenheit. Sie steigen direkt mit konkreten Fragen ein, zur Einhaltung der Termine, zur Klarheit der Offerte, zur Sauberkeit der Ausführung usw. Das Problem: Ohne diese wichtige Einstiegsfrage geht das Gesamturteil in den unterschiedlichen «Teil-Zufriedenheiten» unter. Was nützt es mir, wenn ich erkenne, dass ich 20 Dinge verbessern muss, aber nicht, dass 19 davon nicht ganz so wichtig sind wie dieser eine grosse Punkt – etwa unser Offertwesen oder unsere Einhaltung von Terminen –, den wir unbedingt ändern müssen?

Kritik ist herzlich willkommen

Wird die Kundenzufriedenheit über einen längeren Zeitraum verfolgt, weiss die Firma, wo sie den Hebel für Verbesserungen ansetzen muss. Muss? Nein, darf. Das Einzige, was die Gartenbau AG wirklich muss, ist, ihrem Kunden dankbar zu sein für jede Rückmeldung – egal, wie unverschämt sie vorgetragen wurde. Nur dank ihr weiss sie schliesslich, wo den Kunden das Unkraut drückt. Die Gartenbau AG braucht sich auch nicht vor unangenehmen Antworten zu scheuen, sondern darf ruhig mutig ans Werk gehen und konkret sowohl nach Lob als auch nach Tadel fragen. Gerade demjenigen, der etwas kritisiert, sollten wir genau zuhören – und ihm auch noch dankbar sein: Endlich wissen wir, was Max Muster wirklich von uns hält. Was nichts

Bei der heutigen «Umfragedichte» sollte ein Fragebogen kurz und knapp, aber präzise ausgearbeitet sein.