

MARKETING: KUNDENZUFRIEDENHEIT

Kundenzufriedenheit wird oft als Synonym mit dem Begriff der Qualität genannt. Reicht diese auch nur im Detail nicht aus, dann ist dieser Gesamteindruck stark beeinträchtigt. Entscheidend ist letztlich die subjektive Zufriedenheit jedes einzelnen Kunden.

Diese subjektive Zufriedenheit ist das Schlüsselkriterium und muss entschieden sowie konsequent verfolgt werden, vor allem nach dem Kauf (after-sales-service). Dies setzt langfristige strategische Planungen für den entsprechenden Markterfolg voraus.

“Kundenzufriedenheit” wirft demnach folgende Fragen auf:

- *Was erwartet der Kunde?*

Natürlich liegt die Antwort nahe, dass der die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens erwartet. Dies ist jedoch oft Augenauswischerei, sinnvoller ist nämlich eine kritische Bestandsaufnahme, was tatsächlich von den Kunden benötigt wird.

- *Was kann getan werden, um die Erwartungen der Kunden zu erfüllen?*

Hier ist es nicht mit Preissenkungen oder Rabattkonzepten oder oberflächlichen Produktveränderungen getan. Stets muss geprüft werden, wie sich die Anforderungen der Kunden verändern und was das Unternehmen aktuell dazu anbieten kann.

- *Was ist erforderlich, um die Wünsche der Kunden jetzt und in absehbarer Zeit zu erfüllen? Welche zusätzlichen Leistungen sind notwendig (z.B. Beratungen)? Was kann die Konkurrenz?*

- *Was kann dem Kunden bereits jetzt zugesagt werden?*

Dies betrifft zum einen den aktuellen Zuschnitt der Produkte und Dienstleistungen, zum anderen die Qualität der Kommunikation.

- *Wo gibt es Defizite? Wo sind die Erwartungen der Kunden größer als die eigenen Möglichkeiten?*

Unternehmen sind erfolgreich, wenn sie ihre Kunden mit Qualität zufriedenstellen. Damit ist nicht nur die Leistung gemeint, sondern auch die Kommunikation. Deshalb genügt es nicht, die eigenen Qualitätsanforderungen in Handbüchern (z.B. Pflichtenhefte) zu dokumentieren, sie müssen vielmehr täglich vorgelebt und kommuniziert werden. So gesehen beginnt die Kundenzufriedenheit mit der ausreichenden Information der Mitarbeiter und nicht zuletzt auch damit, inwieweit die Mitarbeiter mit ihrem eigenen Unternehmen zufrieden sind.