

## Sind Sie zufrieden?

“Ja, aber...” Wenn die Antwort Ihres Kunden so beginnt, sollten Sie ganz hellhörig werden, denn er ist nicht zufrieden, sondern sehr höflich.

Beim letzten Treffen des DGQ-Regionalkreises Qualität in Aachen am 29.10.2009 schilderte der Referent aus seinem Berufsalltag die Suche nach dem Königsweg. Kann man Kunden überhaupt 100%ig zufrieden stellen?

### Welche Käufertypen gibt es?

Wir reden jetzt nicht über den ewigen Nörgler, dem man nie etwas recht machen kann. Es gibt Situationen, die einen Käufertypus regelrecht erzwingen und den Typus, den man gewinnen kann.

Der Referent unterteilte 4 Typen, die ich hier noch einmal interpretiere:

#### Der fast verlorene Kunde

Der Kunde ist unzufrieden und die Bindung an das Unternehmen ohnehin niedrig. Es gibt genügend Alternativen auf dem Markt – seine Unzufriedenheit haben Sie nicht festgestellt, also haben Sie ihn verloren.

#### Der Preiskäufer

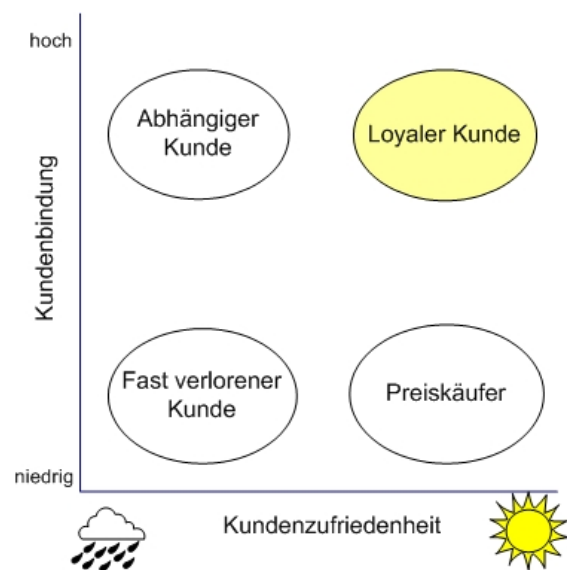
Dieser Typus fällt besonders im Einzelhandel als unangenehmer Kunde auf. Er lässt sich im Fachgeschäft ausführlich beraten und geht dann mit seinem Wissen zum Großmarkt, weil er dort 10 Euro sparen kann. Ihn zu erkennen, d.h. als Preiskäufer zu durchschauen ist schwierig. Er ist zwar mit Ihrer Beratung höchstzufrieden und wird Sie vermutlich sogar empfehlen, aber er fühlt sich Ihnen gegenüber in keiner Weise verpflichtet. Wenn er wenigstens versuchen würde, den Preis zu verhandeln...

#### Der abhängige Kunde

Sie stehen auf dem Bahnsteig und der Zug kommt nicht. Sie sind abhängig. Abhängige Kunden sind selten zufrieden, denn sie fühlen sich in Ihrer Lage ausgeliefert. Als Firma können Sie sich der großen Kundenbindung erfreuen, aber mit der Zufriedenheit sieht's düster aus.

#### Der loyale Kunde

Ein loyaler Kunde ist harte Arbeit – aber es lohnt sich. Die Bindung zu Ihnen ist hoch, WEIL er zufrieden ist. Sein Vertrauen zu halten ist Ihre nächste Aufgabe. Zur Belohnung gibt es Empfehlungen.



### Kundenzufriedenheit ermitteln

Ich stimme mit dem Referenten überein, dass die Zufriedenheit auf mehreren Wegen ermittelt werden sollte, da jeder Vor- und Nachteile hat. Auch hier lassen sich vier Punkte nennen:

#### Kundenbefragung

Sehr beliebt, da meistens leicht zu handhaben, ist die Umfrage. Der Rücklauf liegt in der Regel jedoch zwischen 20-30% (dann ist er gut). Bei Umfragen ist es vorteilhaft, eine neutrale Consultingfirma zu beauftragen, da so die Anonymität für den Kunden gesteigert wird. Damit der Kunde sich wirklich zu einer positiven oder negativen Aussage durchringt, ist es sinnvoll eine gerade Anzahl von Antwortoptionen anzubieten, da sonst „die goldene Mitte“ als neutralisierender Faktor bevorzugt wird.

### **Reklamationen**

Wenn der Kunde Ihnen schon sagt, dass er unzufrieden ist, kümmern Sie sich darum! Es besteht noch eine Bindung zu Ihrem Unternehmen. Ein Kunde, der Ihnen seine Meinung nicht sagen will, hat jedes Interesse an Ihnen verloren. Nun kommt es darauf an, wie Sie sich im Reklamationsfall verhalten. Bestehen Sie die Prüfung, ist der Kunde noch zufriedener (Erfahrungswert!).

### **Lieferantenbeurteilung**

Beurteilen Sie Ihre Lieferanten? Das sollten Sie tun, denn Ihre Lieferanten liefern die Bestandteile für Ihr Produkt. Und wenn die Komponenten schon ein Makel haben oder das Vertrauen zu Ihrem Lieferanten nicht besteht, wie wollen Sie Qualität und Vertrauen an Ihren Kunden weitergeben? Ärgerlich wird es nämlich im Fall der Reklamation für Ihren Kunden: Wir haben alles mögliche getan, aber der Hersteller... Ergebnis: IHR Kunde ist unzufrieden.

### **Kundenbesuche**

Es geht nichts über ein persönliches Gespräch. Eine gute Berichtskultur in Ihrem Unternehmen vorausgesetzt, erfahren Sie durch den Bericht eines Kundenbesuchs mehr, als mit jedem Fragebogen. Der Mitarbeiter spürt, ob der Kunde unzufrieden ist, auch wenn er es nicht sagt. So besteht die Möglichkeit, ein offenes und freundliches Gespräch zu führen. Ihr Kunde wird sich wohler fühlen – und brauchte sich noch nicht einmal zu beschweren.

Wie zufrieden sind Ihre Kunden?

Mehr zum Thema Qualitätsmanagement: <http://blog.eMeurer.com>