



Foto: istock

Der Unternehmergeist und die Kundenumfrage

«Es braucht 20 Jahre, um einen guten Ruf aufzubauen, und fünf Minuten, um ihn zu ruinieren.»

Warren Buffet

Liebe Leserinnen und Leser

Da bin ich wieder, euer Unternehmergeist, der auch 2021 geistesgegenwärtig geistreich unternehmensgedanklich herumgeistert.

Wenn ich mal viel Zeit habe, gut gelaunt bin und von sonst niemandem belästigt werde, bin ich gerne bereit, für Kolleginnen und Kollegen, die sich mit dem Thema Kundenzufriedenheit beschäftigen, an einer Kundenumfrage teilzunehmen. Diesmal so geschehen für meine liebste Energie-Dienstleisterin, mit der ich sowohl als Kunde wie auch als Lieferant zusammenarbeiten muss. Im netten Begleitmail wurde mir versichert, dass meine Meinung wichtig sei, um die Serviceleistungen des Unternehmens zu verbessern, und dass die Umfrage meine kostbare Zeit nur kurz in Anspruch nehmen werde.

Kunden-Feedback

Es ist allgemein bekannt, dass über 90 Prozent aller Kunden, die mit einem Service unzufrieden sind, diesen nie wieder nutzen. Eine Statistik, die wahrüttelt, aber gleichzeitig auch eine Schatztruhe für dein eigenes Un-

ternehmen sein kann. Denn hinter unzufriedenen Kunden verbirgt sich wertvolles Feedback, mit dessen Hilfe Probleme in deinem Unternehmen am Produkt oder an der Dienstleistung aufgedeckt und behoben werden können.

Positives Kunden-Feedback hört man als Unternehmer gerne, denn zufriedene Kunden führen zu:

- Weiterempfehlungen und Neukunden
- Wiederkehrenden Kunden
- Bereitschaft zum Kauf weiterer bzw. anderer Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens
- Bereitschaft, höhere Preise zu zahlen

Zufriedene Käufer oder Nutzer sind somit das Beste, was einer erfolgsorientierten Firma passieren kann. Doch wie kann man die Anzahl zufriedener Kunden erhöhen? Ganz einfach: Indem man offen für Kritik ist und auf die unzufriedenen Nutzer hört, deren Feedback kontinuierlich analysiert und sinnvolle Verbesserungsmaßnahmen ableitet.

Die Kundenbefragung ist die einfachste Variante, um die Kundenzufriedenheit zu messen. Nach dem Kauf oder nach der Inanspruchnahme eures Service fragt ihr eure

Kunden per Fragebogen, per E-Mail oder telefonisch nach ihrer Meinung:

- zur Produktqualität
- zur Qualität des Kundenservice
- zum Preis-Leistungs-Verhältnis

Es empfiehlt sich, die Kundenbefragung mit einer offenen Frage abzuschliessen, beispielsweise was ausser den vorgegebenen Fragen noch verbesserungswürdig oder was besonders positiv aufgefallen sei.

Wie man es nicht machen sollte

So viel zur Theorie, aber lasst mich wieder zu meinem Praxisbeispiel mit der Energie-Dienstleisterin und ihrer Umfrage zurückkehren.

Leider konnte ich nicht überall die Note 6 setzen, und die offene Frage durfte ich mit folgendem Hinweis zur Verbesserung beantworten:

Bitte informieren Sie mich als Besitzer einer Stromanlage in Zukunft, wenn Sie die Stromzähler (braucht man für die Stromabrechnung) wechseln, und beantworten Sie doch bitte die Mails, wenn Sie auf diesen Umstand aufmerksam gemacht werden.

Die Reaktion auf diesen Hinweis kam zu meinem grossen Erstaunen sehr rasch und mir wurde vom Umfrageleiter versichert, dass sich innert Wochenfrist eine zuständige Person bei mir melden werde.

Ganze sechs Wochen später, nach mehreren Interventionen, erhielt ich dann endlich die nötigen Angaben, um die Stromabrechnung zu erstellen.

Leider ist es mir nicht möglich, den Energie-Dienstleister zu wechseln, aber als gutes Praxisbeispiel für meine Kolumne dient es heute sehr gut.

Feedback-Kultur entwickeln

Richtig ist: Man kann es nie allen recht machen. Trotzdem müssen wir lernen, effizient und schnell mit Reklamationen umzugehen, damit wir keine Kunden verlieren.

Unzufriedene Kunden müssen respektvoll und höflich behandelt werden.

Wir sollten auch dann um Rückmeldung bitten, wenn diese negativ ausfallen kann: Laut Studien kommen auf jeden Kunden, der sich beschwert, 26 weitere, die nichts sagen, aber nie mehr wiederkommen. Einige beklagen sich stattdessen bei ihren Freunden oder – schlimmer noch – in den sozialen Netzwerken.

Daher lohnt es sich auf jeden Fall, mit den Kunden in Kontakt zu bleiben, aber es genügt nicht, nur das Feedback einzuholen.

Schnell auf Beschwerden einzugehen ist das eine, zu den gemachten Fehlern stehen das andere. Und noch wichtiger: Sprecht in eurem Unternehmen offen und regelmässig über gemachte/passierte Fehler.

Sucht nach Lösungen, um sie in Zukunft zu vermeiden. Und bezieht dabei unbedingt euer Team ein: Es sieht mehr und hat bessere Ideen als ihr alleine.

Wenn Fehlerquellen gefunden wurden und ein Ablauf dann besser und korrekter läuft, habt ihr einen gewichtigen Anlass, dies kundzutun – als Lob, als offizielle Mitteilung oder als PR-Argument.

Hier die Kurzversion: Suche mithilfe der Kunden nach Fehlern. Behandle die Kunden gut.

Lerne aus den Fehlern, Mach es besser und tue es kund!

● *Dein Unternehmergeist*

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb ihm in seinem Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann (62), der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren.

Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebär der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
oder wirmarket.ch > Nachfolgezentrum